APPRENTISSAGE
MISEZ SUR UN CONTRAT GAGNANT-GAGNANT

RETRAITE
DE NOUVELLES MESURES

HOMMES & METIERS

N°274
AVRIL 2015

LEURS SECRETS POUR RÉUSSIR

Chambre de Métiers et de l'Artisanat
Vosges

ASSUR-BP MULTIRISQUE PRO

UN CONSEILLER QUI CONNAÎT VOTRE ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE, C'EST L'ASSURANCE **D'UNE PROTECTION PERSONNALISÉE**

Clair et flexible, le contrat d'assurance ASSUR-BP Multirisque Pro propose une palette de garanties qui s'adaptent au plus près des besoins de votre activité professionnelle.

www.bpalc.fr - 03 54 22 10 00

Appel non surtaxé, coût selon votre opérateur

BANQUE & ASSURANCE

BANQUE POPULAIRE
ALSACE LORRAINE CHAMPAGNE

ADDITIONNER LES FORCES, **MULTIPLIER LES CHANCES**

BANQUE POPULAIRE

Le contrat ASSUR-BP MULTIRISQUE PRO est assuré par Assurances Banque Populaire IARD Entreprise régie par le code des assurances - Distribué par : Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne Société anonyme coopérative à capital variable – 3 rue François de Curel 57000 METZ – 356 801 571 RCS Metz. Intermédiaire en assurance inscrit à l'ORIAS sous le n° 07 005 127. © Shutterstock.

ÉDITORIAL

Pascal KNEUSS
Président de la CMA 88

2015, une année sous le signe du renouvellement électoral de nos collectivités territoriales

C'est pour moi l'occasion de saluer le travail accompli par le Président Christian Poncelet à la présidence du Conseil général des Vosges et son équipe pour le développement de notre département et tout particulièrement par son soutien à l'Artisanat en milieu rural. En automne prochain se dérouleront les élections de nos élus régionaux – nouvelle région ALCA – qui auront la responsabilité de mettre en œuvre les politiques publiques en matière d'économie, de formation et d'aménagement du territoire. Ces deux échéances électorales sont essentielles pour l'Artisanat et l'action de notre Compagnie. **Nous félicitons les nouveaux(elles) élu(e)s du Conseil départemental ainsi que leur Président, François Vannson**, et nous formulons le vœu qu'ils aient à cœur de prendre en compte notre secteur dans le projet de développement de nos territoires dont l'artisanat est un acteur économique incontournable. 2015 sera également un moment important pour notre Compagnie consulaire avec la mise en place de la nouvelle configuration régionale.

Sommaire

ACTUALITÉ

4 **OLYMPIADES DES MÉTIERS :** l'or, l'argent et le bronze

5 **ACCESSIBILITÉ :** c'est maintenant qu'il faut s'en occuper !

6 **NOS APPRENTIS** raflent les MAF

7 **LES VOSGES EMBAUCHENT :** près de 1 000 réponses mais peu d'offres

8 **MODE D'EMPLOI :** le Compte Personnel de Formation (CPF)

9 **TECHNIQUES DE MANAGEMENT** et d'animation : boostez vos équipes !

10 **SEMAINE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE :** pour le climat, on compte sur toi !

11 **BOURSE** des métiers

12 **VÉRANLOR :** la bonne méthode pour la véranda artisanale

EN RÉGION

46 **APPRENTISSAGE :** misez sur un contrat gagnant-gagnant

47 **L'ESPACE LORRAIN** s'agrandit au Louvre

48 **« LES MÉTIERS DE L'ARTISANAT »**, un nouveau guide l'Étudiant

49 **RETRAITE :** de nouvelles mesures

Dossier Spécial

14 | **LEURS SECRETS** POUR RÉUSSIR

Dans ce dossier spécial, des dirigeants d'entreprises artisanales vont vous raconter leur parcours, présenter des initiatives qu'ils ont prises dans le cadre de la gestion de leur affaire. Vous partagerez les expériences des uns et des autres et vous trouverez chaque fois le « retour sur la situation présentée » par des experts et des conseillers de vos Chambres de Métiers et de l'Artisanat, qui vous permettront de récupérer des idées et des pratiques potentiellement intéressantes pour votre entreprise.

RETROUVEZ L'ENSEMBLE DES NUMÉROS D'**H&M** SUR **WWW.CMA-VOSGES.FR**

Magazine édité par l'Association pour la Promotion et le Développement de l'Artisanat Lorrain. Chambres de Métiers et de l'Artisanat de Meurthe-et-Moselle, de la Meuse, de la Moselle et des Vosges-Épinal. Rédacteurs en chef : I. MOLIN - L. FEDERSPIEL - D. SIMON - PE. PICHON. Édition déléguée : Édimétiers. Rédaction graphique : Pixel Image - Metz. Maquette : TEMA|*presse*. Photos de couverture : © Luc Bertau. Dépôt légal : N° 1.042 - Avril 2015. ISSN : 0290-1633. Impression : Socosprint imprimeurs / 88000 Épinal.

PEFC 10-31-1260 / Certifié PEFC / Ce produit est issu de forêts gérées durablement et de sources contrôlées. / pefc-france.org

Olympiades des métiers

L'OR, L'ARGENT ET LE BRONZE

Trois jours de compétition intense à Strasbourg du 29 au 31 janvier dernier ont permis à trois candidats vosgiens au titre national des Olympiades des Métiers de monter sur le podium : deux fleuristes et un menuisier. Au total, 150 jeunes de toutes les régions se sont affrontés dans huit spécialités et, au total, près de 50 métiers lors de la prestigieuse compétition.

© PHOTOS : CMA 88

Anthony Châtelain, médaillé de bronze en menuiserie et Emma Lagier et Lucie Goupilleau, respectivement médaillée d'or et d'argent en fleuristerie.

LES LAURÉATS VOSGIENS

Médaille d'or en fleuristerie : Emma Lagier en Brevet de Maîtrise fleuriste avec le CFA de Roville-aux-Chênes et la CMA Vosges, en formation à l'Atelier du Chardon Bleu à Étupes (25). Emma ne va pas se reposer sur ses lauriers car la compétition des Olympiades mondiales « Worldskills » l'attend du 10 au 16 août prochain à Sao Polo.

Médaille d'argent en fleuristerie : Lucie Goupilleau, en Brevet de Maîtrise fleuriste avec le CFA de Roville-aux-Chênes et la CMA Vosges, en formation dans l'entreprise Églantine Fleurs à Neufbrisach (68).

Médaille de bronze en menuiserie : Anthony Châtelain, apprenti menuisier au CFA du BTP à Arches, en formation à la Menuiserie Concept System à Deyvillers. C'est son père, menuisier, qui lui a transmis la passion du bois.

LA PALME DES CONCOURS À ROVILLE-AUX-CHÊNES

Valérie Wolf, enseignante, et Thierry Defaix, directeur du CFA de Roville-aux-Chênes, arborent un large sourire. Leurs apprentis glanent non seulement l'or et l'argent aux Olympiades, mais aussi l'Oscar du jeune fleuriste au Salon de l'agriculture et la première place au Concours national de Meilleur Apprenti de France. *« Les enseignants ont le souci d'emmener les jeunes aux concours*, commente le Directeur, *cela entretient l'esprit d'excellence. » « Nous nous attachons à rendre nos apprentis curieux, ouverts, pour qu'ils soient créatifs et réactifs. Nous les encourageons à être des battants, mais nous travaillons aussi à développer l'esprit d'équipe. Ce qui est formidable, c'est que nos deux apprenties, qui étaient toutes deux candidates aux Olympiades, ont gardé cette attitude fraternelle »*, ajoute Valérie. *« On est amies au CFA, on est ensemble depuis deux ans : pendant les trois jours, nous ne nous sommes pas senties concurrentes,* expliquent en chœur les deux médaillées, *nous nous sommes au contraire soutenues et encouragées mutuellement. »* Résultat, elles ont pris place toutes deux sur le podium. Des suites prometteuses les attendent car elles sont déjà très sollicitées. Et déjà, de nouveaux défis arrivent, à Sao Polo pour Emma, en Suède pour Lucie. Plus le Brevet de Maîtrise pour ces deux jeunes filles qui ont déjà le CAP et le BP. *« Pour les Olympiades, il fallait tenir le rythme (trois jours sous pression avec l'enchaînement des épreuves, chronométrées) et ne pas être déstabilisées par les sujets, comme ce travail sur la coiffe alsacienne. »* Chapeau à toutes les deux ! Emma rêve maintenant de décorer des palaces ou des yachts, et Lucie, de monter son entreprise.

ACCESSIBILITÉ

C'est maintenant qu'il faut s'en occuper !

Vous n'avez plus que quelques semaines pour réfléchir aux solutions (travaux et dérogations) pour votre commerce !

DATE LIMITE DE DÉPÔT : 27 septembre 2015
pour l'Agenda d'Accessibilité Programmée (Ad'AP)

Comment s'y prendre ?

- En totale autonomie avec le site : **www.accessibilite.gouv.fr**

Ou

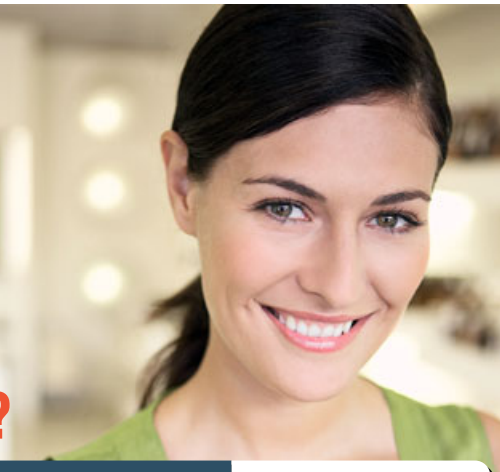
- En formation à la CMA Vosges : **3 dernières dates possibles les lundis 4 mai ou 1er juin ou 6 juillet à Épinal**

Frais d'inscription

55 € pour les artisans et conjoints collaborateurs inscrits à la CMA
Autres publics : nous consulter

Contact pour tout renseignement : Valérie Jambert au 03 29 69 55 82 / mail : v.jambert@cma-vosges.fr
ou Valérie Barthélémy au 03 29 69 63 65 / mail : v.barthelemy@cma-vosges.fr

ATOUTS PROS



Comment faire face rapidement à mes besoins de trésorerie ?

Cré@nces Services

- La liberté de céder les factures clients de votre choix
- Un site Internet dédié pour les saisir 24h/24
- Votre compte crédité en 48h*

ALSACE VOSGES
BANQUE ET ASSURANCES

www.ca-alsace-vosges.fr

* Sous réserve de la conformité des factures et du respect des conditions contractuelles. Cré@nces Services est proposé par le Crédit Agricole et géré par sa filiale Eurofactor, sous la marque Crédit Agricole Factoring. Eurfactor - 1-3, Rue du Passeur de Boulogne - CS 91000 - 92861 - Issy-les-Moulineaux Cedex 9 - France. Société anonyme au capital de 110 606 820 € - B 333871 259 RCS Nanterre. Société Financière agréée par le Comité des Établissements de Crédit et des Entreprises d'investissement.

04/2009 - 09 39000 - Édité par Crédit Agricole S.A. - 91, Bd Pasteur 75015 Paris - Capital social : 6 079 027 488 € - 784 608 416 RCS Paris - Crédit photo : Image Click. PROVIDENCE

CFA Pôle des Métiers - Boucherie-charcuterie-traiteur

NOS APPRENTIS **RAFLENT LES MAF**

Le CFA Pôle des Métiers a réalisé un beau doublé ce début d'année lors des épreuves régionales du Meilleur Apprenti de France à Bar-le-Duc, en remportant le MAF Boucherie et le MAF Charcutier. La prochaine étape pour les deux apprentis, c'est le MAF national mi-avril, à La Rochelle pour Lucas, à Toulouse pour Jérémy. « C'est notre 20e participation au MAF national sur 25 éditions », souligne Didier Souvay. « Il faut donner le meilleur de soi-même et ne pas avoir de regrets », répète-t-il aux deux candidats.

LE MÉTIER DE BOUCHER ME TENTAIT CAR **JE SUIS GOURMAND**

En boucherie, Lucas Fauvage, 18 ans lauréat du MAF région, s'est senti très à l'aise dans l'épreuve. Pour ce jeune homme qui a opté pour la boucherie après une seconde générale, la voie est déjà bien tracée. Après son CAP chez Ferdinand à Vittel, il souhaite signer à nouveau en apprentissage pour un BP, puis apprendre la charcuterie et pourquoi pas, s'installer lorsqu'il aura acquis formation et expérience. *« J'ai obtenu mon Brevet des collèges avec mention bien, mais au lycée, je me suis ennuyé, j'ai décroché : j'avais envie d'autre chose. Le métier de boucher me tentait parce que je suis gourmand, j'aime la viande. Je trouve ce métier très diversifié, pas répétitif : on ne fait jamais la même chose, c'est en fonction du client. Mes parents qui sont ouvriers n'étaient pas trop d'accord pour que je m'oriente vers un métier manuel, mais maintenant, ils sont contents. »*

Après une seconde générale, Lucas a préféré intégrer un CAP boucherie.

DERNIÈRE MINUTE: La jeune Vosgienne Julie Dubois a obtenu le titre de Meilleur Ouvrier de France en esthétique. Informations sur www.cma-vosges.fr

Jérémy est en CAP charcuterie après un CAP cuisine et CAP boucher.

JE SUIS TOMBÉ **DANS LA MARMITE TOUT PETIT**

En charcuterie, Jérémy Masson, 18 ans, vainqueur du MAF région, est tombé dans la marmite tout petit, avec un père boucher. Après sa troisième, il entre en CAP cuisine au lycée hôtelier de Gérardmer. Il poursuit sa formation en CAP boucher un an au CFA Pôle des Métiers, enchaîne avec un CAP charcutier un an. Il veut être traiteur et se mettre à son compte dans quatre ou cinq ans. *« Le MAF, c'est gratifiant. La veille, je paniquais mais je suis content d'avoir dépassé mon appréhension. »* Didier Souvay, professeur en boucherie-charcuterie au Pôle des Métiers, encourage les jeunes. *« C'est une belle carte de visite pour eux, ce titre. »*

© PHOTOS: CMA 88

LES VOSGES EMBAUCHENT : PRÈS DE 1000 RÉPONSES MAIS PEU D'OFFRES

Le département Emploi et Formation a lancé début mars la 9e édition de l'enquête « Les Vosges embauchent » aux entreprises artisanales vosgiennes pour connaître les besoins en emploi et les offres d'apprentissage. Si le taux de réponses affiche des records avec près de 1 000 retours contre 400 à la même période en 2014, le nombre d'offres d'apprentissage est en baisse : 88 actuellement contre 120 en 2014. Les entreprises qui ne prennent pas d'apprentis répondent qu'elles n'ont « pas assez d'activité » (50 % des entreprises) ou « pas assez de trésorerie ». 73 offres d'emploi ressortent du dépouillement. Les emplois proposés sont : boulanger, tourneur fraiseur, charpentier couvreur, électromécanicien... Les autres entreprises n'embauchent pas parce que l'activité est « stable ou faible » et c'est « trop coûteux ».

LE CFA SOUS LES FEUX DES PROJECTEURS LE 21 MARS

1 200 personnes ont visité le CFA Pôle des Métiers le 21 mars à l'occasion des portes ouvertes. Vosges Télévision a choisi ce même jour le cadre de l'établissement pour réaliser son émission L'Hebdo. Et ça ne pouvait pas mieux tomber puisque le thème des portes ouvertes était le cinéma. La journaliste Marie-Danièle Rogovitz a fait avec Émilie Claudel, directrice du CFA, et les cameramans, le tour des équipements, tout en parlant des métiers de l'artisanat et de l'apprentissage. Meilleur Apprenti de France en boucherie, apprentis et enseignants de différents secteurs ont raconté la vie de l'établissement et fait partager leur passion pour leur métier. La télévision a également consacré un « gros plan » sur les actions de mobilité qui permettent aux apprentis du CFA d'aller en Grande-Bretagne et en Allemagne et sur la nouvelle assistante sociale qui intervient depuis la rentrée 2015 sur les CFA d'Épinal, Roville et Arches.

Chefs d'entreprises artisanales,
conjoints collaborateurs
ou associés et auxiliaires familiaux
Formations à la gestion et au développement d'entreprise financées par le Conseil de la Formation de la Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat
1 Formations diplômantes
2 Informatique et bureautique
3 Gestion comptable et financière
4 Commercialisation
5 Ressources humaines
6 Aspects juridiques et réglementaires
7 Sécurité et prévention des risques
8 Gestion environnementale
9 Développement d'entreprise
10 Développement personnel
Modalités d'accès et de prise en charge, dossier de demande...
Renseignements auprès de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de votre département :
CMA de Meurthe-et-Moselle au 03 83 95 60 60
CMA de la Meuse au 03 29 79 20 11
CMA de la Moselle au 0820 857 057 (prix d'un appel local)
CMA des Vosges au 03 29 69 55 55
Envoi de votre demande accompagnée du bordereau (téléchargeable sur www.crmalorraine.fr)
à CRMA de Lorraine - 2 rue Augustin Fresnel - WTC - 57082 METZ Cedex 3
Chambres de Métiers et de l'Artisanat
Région Lorraine

Mode d'emploi

LE COMPTE PERSONNEL DE FORMATION (CPF)

Mesure phare de la réforme opérée par la loi du 5 mars 2014, le CPF doit permettre à son titulaire, tout au long de sa vie professionnelle, de maintenir son niveau de qualification ou d'accéder à un niveau de qualification supérieur. Cet objectif explique que le CPF ne soit ouvert qu'à certaines formations – socle de connaissances et de compétences, accompagnement VAE (Validation des Acquis de l'Expérience) et certaines formations qualifiantes et certifiantes – définies par des textes réglementaires.

FONCTIONNEMENT DU CPF

- **Nombre d'heures acquises :** 24 heures par an et par salarié les cinq premières années puis 12 heures par an les trois années suivantes sans pouvoir dépasser 150 heures.
- **Formations éligibles :** Formations qualifiantes ou certifiantes, acquisition du « socle de connaissances et de compétences » défini par décret, accompagnement à la VAE…
- **Formation pendant le temps de travail :** Le salarié doit demander l'accord préalable du chef d'entreprise. L'employeur doit garantir le maintien de salaire pendant les heures de formation. Les frais de formation peuvent être pris en charge par le fonds de formation dont dépend l'entreprise.
- **Formation hors temps de travail :** Le salarié n'est pas dans l'obligation de demander l'autorisation de l'employeur. Il n'est pas prévu le versement d'une allocation de formation (comme cela était le cas pour le DIF). Les frais de formation peuvent être pris en charge par le fonds de formation dont dépend l'entreprise.

LE TRANSFERT DU DIF AU CPF

Depuis le 1er janvier 2015, le Droit Individuel à la Formation (DIF) disparaît pour devenir le Compte Personnel de Formation (CPF). Cette réforme, modifie l'utilisation des droits acquis par les salariés au titre du DIF. Ainsi, les heures acquises par vos salariés ne sont pas perdues et peuvent notamment permettre le financement partiel ou total de formations jusqu'au 31 décembre 2020.

Contact: Nos conseillers sont à votre disposition pour plus d'informations et pour vous proposer des formations pour vos salariés dans le cadre de CPF. Valérie Barthélémy au 03 29 69 63 65

LES OBLIGATIONS DU CHEF D'ENTREPRISE ARTISANALE

- Informer vos salariés du nombre d'heures acquises au titre du DIF.
- Informer vos salariés que les heures acquises dans ce dispositif ne sont plus gérées par l'employeur mais par le salarié lui-même tout au long de sa vie professionnelle. Chaque salarié doit se rendre sur le site www.moncompteformation.gouv.fr et ouvrir son compte CPF.
- Réaliser un entretien d'évaluation avec chaque salarié tous les deux ans afin d'envisager les perspectives d'évolution professionnelle et les formations pouvant y contribuer.

Techniques de management et d'animation

BOOSTEZ VOS ÉQUIPES !

[D]es salariés peu motivés et peu responsabilisés, c'est une galère. Une équipe qui participe aux objectifs de l'entreprise, des collaborateurs sur qui on peut compter, c'est du bonheur. Pour passer d'une situation à l'autre, la solution se trouve dans les méthodes d'animation et de management. Animer, motiver, diriger ses salariés, ça se travaille, ça s'apprend. Chacun a des dispositions pour y arriver. Il y a des méthodes à connaître, un chemin personnel à faire.

C'est l'objectif de la formation « **Animer, motiver, diriger ses salariés** » que la CMA Vosges propose **les 11 et 12 mai à Épinal**. En deux jours, à travers votre propre expérience et celle des autres stagiaires et grâce à des exercices interactifs, vous allez pouvoir vous situer, et réviser les quatre étapes fondamentales du management :

- le rôle du manager (définir et mettre en œuvre les objectifs, concevoir des fiches de poste, comprendre et accepter tous les rôles du manager) ;
- les outils du management (les différents choix possibles selon les situations) ;
- l'incitation (faut-il promettre pour recevoir ?) ;
- la direction (délégation, contrôle, décision).

Plus d'informations : Valérie Barthélémy
Tél. : 0329696365 - v.barthelemy@cma-vosges.fr

« ZÉRO FOTES » SUR INTERNET OU FACEBOOK…

Les réseaux sociaux tels que Facebook, les sites Internet, les logiciels de mise en page sont autant d'outils simples et rapides que vous apprenez à maîtriser grâce à nos stages. Ils vous permettent d'être plus autonomes dans votre communication, de diffuser des informations sur votre activité. Reste un souci : écrire au public soulève la douloureuse question de l'orthographe. Les fautes sont une mauvaise publicité qu'on voudrait éviter quand on s'adresse à ses futurs clients… Nous proposons cette année **un stage pour se réconcilier avec l'orthographe**. Avec une méthode originale, notre formatrice vous permet de vous améliorer en un temps record, par des jeux et des trucs à mémoriser. Avec cette méthode, vous allez reprendre confiance en votre écriture ; les bons réflexes sur les accords, les verbes être et avoir, les accents… vous viendront naturellement. Lorsque les techniques « scolaires » ne rentrent pas, il y a d'autres méthodes qui parlent beaucoup plus…

C'est ce que ce stage va vous démontrer en deux jours, **les 4 et 5 mai à Épinal**.

Plus d'informations : Valérie Barthélémy
Tél. : 0329696365
v.barthelemy@cma-vosges.fr

© PHOTOS : FOTOLIA.COM

TARIFS

- Artisan et conjoint : gratuit (sous réserve de la prise en charge par le Conseil de Formation). Vous ne réglez que l'inscription, 55 euros par formation.
- Salariés et demandeurs d'emploi : nous contacter pour la prise en charge. Pour vos salariés, pensez au DIF, devenu Compte Personnel de Formation depuis le 1er janvier (lire en page précédente).

Semaine du développement durable 2015

POUR LE CLIMAT, **ON COMPTE SUR TOI !**

La Semaine du développement durable 2015 dans les Vosges est le cadre de diverses actions relatives à la transition énergétique ; mais pour l'économie, et notamment le secteur du bâtiment, ça ne s'arrête pas à une « semaine ».

La demande se précise auprès des professionnels du bâtiment, stimulée par une importante campagne de communication, « J'éco-rénove, j'économise », au niveau national comme au niveau local. En Lorraine, le marché de la rénovation énergétique est important ; dans la mesure où 56 % des logements lorrains sont énergivores, cela représenterait environ 208 000 logements et, sur le département des Vosges, près de 89 000 logements à rénover.
Le label RGE ne suffira pas pour la conquête de nouveaux marchés. La montée en compétences des entreprises et l'opportunité des nouveaux marchés ne se résument pas à des « ventes flash » de travaux de rénovation énergétique. L'évolution du secteur du bâtiment doit intervenir dans toutes les fonctions de l'entreprise : fonction technique (qualification, mise en œuvre des produits, proposition de solutions alternatives…), mais aussi commerciale (conquête de nouveaux chantiers, négociation face à des clients de plus en plus avertis…) et en ressources humaines (polyvalence des compétences du dirigeant, expertise externalisée pour les diagnostics, groupement temporaire avec des confrères…).
« **Pour le climat, on compte sur toi !** » : c'est clair, face à la mutation du marché du bâtiment, le dirigeant doit faire preuve d'une politique volontariste. Pour vous accompagner dans votre développement, la Chambre de Métiers et de l'Artisanat vous propose :

- des formations : « Mention RGE : de nouveaux marchés pour le bâtiment », « Comment répondre à un appel d'offres »… ;
- des conseils individualisés ;
- des opérations collectives sur les groupements pour répondre aux chantiers de rénovation BBC.

Pour tous renseignements :
Service Conseil et Développement - Tél. : 03 29 69 55 53

CARNET VERT : LES ENTREPRISES ARTISANALES ET LA PROTECTION DE L'EAU

Dans le cadre de leur activité, les entreprises qui prennent l'initiative de diminuer leur pollution et de préserver les ressources en eau peuvent être soutenues dans le cadre des programmes d'actions des agences de l'eau.

Le département des Vosges est situé sur deux bassins :

- le bassin Rhin-Meuse, pour la plupart des communes vosgiennes,
- le bassin Rhône-Méditerranée-Corse pour certaines communes du sud des Vosges (sur les secteurs de Plombières, Xertigny, Bains-les-Bains, Darney, Monthureux-sur-Saône, Lamarche...).

En pratique, les agences de l'eau peuvent aider les entreprises qui réalisent des opérations ou des investissements visant à protéger les ressources en eau, et ce, sous certaines conditions. Voici quelques exemples d'actualité :

- L'agence de l'eau Rhin-Meuse peut attribuer une aide variable jusqu'à 55 % selon les dépenses retenues et leur nature, comme l'acquisition de matériels à technologie propre, des actions pour économiser l'eau, la bonne gestion des déchets dangereux pour l'eau...
- L'agence de l'eau Rhône-Méditerranée-Corse peut attribuer aussi des aides jusqu'à 40 % du montant des études et travaux pour les entreprises notamment pour les projets favorisant les économies d'eau.

La CMA Vosges vous conseille et vous accompagne pour le montage des dossiers ou sur toutes autres questions liées à l'environnement.

Contact : Valérie Jambert - Service Conseil et Développement - Tél. : 03 29 69 55 82 - v.jambert@cma-vosges.fr

Bourse des métiers

Boucherie-charcuterie

2014.11.1072 : Hautes-Vosges vends BOUCHERIE-CHARCUTERIE-TRAITEUR
Camion TBE - Prix fonds et murs 200 K€ à débattre
Possibilité d'accompagnement/cédant
Bons résultats
Affaire à développer
Contact : 03 29 24 32 42

Bâtiment

2012.12.1014 : Vends cause retraite sur zone artisanale Ouest vosgien entreprise de MENUISERIE BÂTIMENT
Atelier 350 m² - Abri à bois 120 m² - Terrain 25 ares
Parc machines (véhicules compris) - 0 salarié
Possibilité location ou achat murs
Contact : J.-B. Vauché CMA88 au 03 29 69 63 67
jb.vauche@cma-vosges.fr

Mécanique carrosserie

2015.02.1076 : Vends proximité ÉPINAL magasin de CYCLES - Sans salarié vente des murs
Étudie toutes propositions
Tél. : 06 08 99 30 60

Coiffure

2015.03.1079 : À vendre salon de COIFFURE bon emplacement commercial avec facilité de stationnement
Agencement neuf et aux normes d'accessibilité
Clientèle fidèle - 2 bacs
6 postes de coiffage
Loyer modéré
Contact : V. Bottelin CMA88 au 03 29 56 70 11

2014.03.1062 : À vendre fonds de COIFFURE MIXTE centre ST-DIÉ avec 2 bacs à shampooing - 5 places de coiffage - Surface 45 m²
Loyer mensuel faible : 380 € TTC - Facilité d'accès
Parking - Clientèle fidèle
Pour toutes infos, contact Valérie Bottelin CMA88 au 03 29 56 70 11

2013.11.1052 : Vends fonds COIFFURE MIXTE BRUYÈRES - Bon CA
5 bancs de coiffage - 2 bacs
Mat bon état - Bail cial renouvelé en 2013
Agencement agréable
Parking proche
Vitrine et entrée neuves
Accès handicapés
Tél. : 03 29 50 55 84

2015.02.1078 : Vends murs et fonds de commerce de COIFFURE centre-ville ÉPINAL - Parking attenant
60 m² de surface commerciale + grande réserve - 7 places de coiffage, 3 bacs
1 salariée
Tél. : 06 81 76 89 17

Esthétique

2011.09.959 : Vends fonds ESTHÉTIQUE SPA ONGLERIE
Secteur Hautes-Vosges
De plain-pied et aux normes handicapés 9 cabines
150 m² - Grand parking privé
1 apprentie - Matériel high-tech - Très bon CA - Prix du fds 80 K€ - Possibilité location des murs 800 € ou vente 150 K€
Tél. : 06 16 59 42 10

Divers services

2012.01.971 : Vends cause santé proximité ST-DIÉ salon de TOILETTAGE CANINS & FÉLINS
Centre-ville - Accès facile
Agencement et matériel très bon état - CA stable
Clientèle fidèle - Loyer modéré 0 salarié - CA à développer - Pour toutes infos cpl. contact : 06 19 85 29 95

2015.02.1077 : Vends fonds de commerce de TAXI sur ÉPINAL
Pour toutes informations, contactez le 06 09 39 76 29

2015.01.1074 : Vends pas-de-porte 35 m² - Bon emplacement - état neuf
Bail neuf - Loyer 480 €
Idéal pour esthétique, produits de beauté, parfumerie - Prix 12 000 € -
Tél. : 03 29 52 74 85 après 20 h

Chambre de Métiers et de l'Artisanat Vosges

Retrouvez toutes nos annonces sur le site de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat des Vosges **www.cma-vosges.fr**
(rubrique « Devenez artisan : les entreprises à reprendre »)
en lien direct avec la Bourse Nationale d'Opportunités Artisanales, **www.bnoa.net**

Véranlor

LA BONNE MÉTHODE POUR LA VÉRANDA ARTISANALE

Intégrer un responsable fabrication issu de l'industrie automobile dans l'atelier de production de vérandas « sur mesure » a été un facteur décisif pour la montée en puissance de l'entreprise Véranlor à Charmes. La capacité d'anticipation du dirigeant et son sens commercial ont fait le reste.

Retrouvez d'autres portraits d'artisans dans notre dossier spécial !

Marcel Blanrue et Franck Giroux, des profils complémentaires.

[S]*i nous n'avions pas fait ces choix, nous ne serions plus là »*, déclare tout net Marcel Blanrue, le dirigeant de Véranlor, considérant les paris engagés ces dernières années : le dépôt de la marque Véranlor, la rationalisation de la production avec l'embauche d'un cadre de l'industrie à l'atelier, la définition d'une gamme facile à décliner pour coller à tous les besoins, la construction du nouveau bâtiment avec showroom et site de production équipé de matériel dernier cri, la mise en place d'un logiciel qui permet de suivre un projet de la prise de commande à la finalisation du chantier et enfin le développement d'un réseau de professionnels revendeurs des produits sur le grand Est.

INVESTIR ET EMBAUCHER EN TEMPS DE CRISE

« On nous a pris pour des fous en 2011. C'était la crise et on investissait, on embauchait…, confie le dirigeant, qui, lui, savait très bien où il allait. *Je voulais qu'on franchisse une marche en termes d'organisation et de qualité : passer de pratiques empiriques à des méthodes industrielles. Ne plus gérer au jour le jour, éviter les stocks, rationaliser, diversifier notre gamme sans nous éparpiller augmenter notre capacité de production pour nous étendre… »*

Marcel Blanrue connaissait depuis longtemps Franck Giroux. Responsable d'un atelier de

prototype chez un gros équipementier automobile, ce dernier lui avait fait part de son envie de changer d'univers professionnel. *« Je lui ai demandé de m'expliquer son métier,* raconte le patron de Véranlor, *et je me suis dit qu'il me fallait ce profil pour piloter la fabrication de nos vérandas. »*
« Quand je suis arrivé à l'atelier de vérandas avec mes méthodes et mes exigences qualité, les gars m'ont pris pour un extraterrestre, plaisante Franck. *Ils se demandaient quel intérêt on avait à appliquer de telles pratiques dans le cadre d'une petite production. Ces méthodes ont permis d'augmenter la productivité, d'améliorer les conditions de travail et la traçabilité de chaque chantier. »*

EN MARCHE POUR DÉVELOPPER LES VENTES

Marcel Blanrue confirme : *« Avec cet outil de production, on a la possibilité de fabriquer deux fois plus. Et on peut répondre aux attentes des clients dans toutes les gammes, sans avoir à tout reconcevoir. Le bureau d'études, les commerciaux, les techniciens, toute l'équipe communique et intervient sur chaque projet : on ne reste pas cloisonnés. Nos commerciaux et nos partenaires professionnels revendeurs ont tous les atouts en mains pour apporter la meilleure réponse aux clients ! »*, conclut l'entrepreneur, qui vient encore d'embaucher un nouveau collaborateur au bureau d'études pour le suivi entre commercialisation et fabrication, portant à 15 salariés l'effectif total.
« On est fier de notre développement, ajoute-t-il, avec une pensée particulière pour son père, Albert Blanrue, peintre en bâtiment, qui a lancé la dynamique dès 1991 en reprenant cette petite affaire de sept salariés. *Je l'ai rejoint en 1999 et notre collaboration a toujours été excellente. Lorsqu'il m'a cédé les rennes, nous avons tous les deux décidé d'embaucher Franck. » « C'est Monsieur Blanrue père qui m'a transmis le métier tout en portant le plus grand intérêt à ma vision industrielle des choses et en favorisant l'arrivée de mes méthodes au sein de son atelier »*, confirme Franck.
« Tous les trois ans, avec mon père, souligne Marcel, *on sortait du cadre pour discuter de l'avenir de l'entreprise, des projets. Il a toujours anticipé. J'organise régulièrement des brainstormings avec mon équipe, pour échanger sur le fonctionnement et envisager l'avenir. J'échange aussi beaucoup avec d'autres vérandalistes : nous avons monté un petit groupement informel. »*

STRUCTURER L'ENTREPRISE EST UN GAGE DE DÉVELOPPEMENT

L'entreprise est en quelque sorte comme le corps humain, dotée de plusieurs fonctions, à la fois différentes et interdépendantes.
De la qualité de ses fonctions et de leur synergie dépendent la réalisation des objectifs et son développement. L'expérience menée par Véranlor illustre assez bien cette image. La gestion des ressources humaines (recrutement, formation, etc.) est le fil rouge du développement.
Les atouts de l'entreprise reposent sur les hommes qui la composent : leur complémentarité, la rigueur de leur gestion et leur style de management leur ont permis de mener l'entreprise à maturité tout en gardant une longueur d'avance sur le plan stratégique.
Dans la continuité, les actions structurantes portent sur :
- **La fonction commerciale** (marketing, création d'une marque, gestion des achats, des ventes, etc.). L'entreprise par cette fonction se nourrit. Ses qualités de conquérante, l'entreprise les exploite en se démarquant de la concurrence.
- **La fonction technique** (recherche et développement de nouveaux produits, organisation de la production, contrôle qualité, etc.). On peut la consolider par la construction d'un nouvel atelier permettant d'augmenter sa capacité de production. C'est aussi une réponse au développement commercial.
- Et de façon induite, **la fonction financière** sera stimulée et sera le gage d'un développement équilibré, à suivre en termes de financement, liquidité et rentabilité.

Valérie Jambert, conseillère économique et développement durable à la CMA Vosges.

Dossier Spécial

LEURS SECRETS POUR RÉUSSIR

P.22

Fabrice Dumay
L'optimisme mosello-vosgien

P.37

Dans ce dossier spécial d'*Hommes & Métiers*, des dirigeants d'entreprises artisanales vont vous raconter leur parcours, présenter des initiatives qu'ils ont prises dans le cadre de la gestion de leur affaire et qui ont favorisé le développement et la pérennité de cette dernière. Plus particulièrement, nous avons voulu montrer que loin d'attendre le retour de la croissance économique française et la fin de la « crise », ils ont investi, pris de l'altitude et, finalement, ils ont réussi à passer au-dessus des nuages. Vous partagerez les expériences des uns et des autres et vous trouverez chaque fois le « retour sur la situation présentée » par des experts et des conseillers de vos Chambres de Métiers et de l'Artisanat, qui vous permettront de récupérer des idées et des pratiques potentiellement intéressantes pour votre entreprise.

QUIZ
POSSÉDEZ-VOUS TOUS LES ATOUTS POUR RÉUSSIR ?
P. 20

Éric Thouvenin
Une aventure humaine responsable

P.25

Alexandre Chapelet
Une affaire de reprise

P.43

Stéphanie Pierrat
La réussite de père en fille

Emmanuel Antonot et Greg Sand
Moustache en pleine ascension

P.31

P.40

Mylène Moll et Jérémy Fétique
Un sens de l'accueil inspiré et inspirant

P.28

Sébastien Harquin
Toujours une longueur d'avance

P.34

Marc Rolin - Coopérative d'achats et RGE : une aubaine !

LE GRAND ENTRETIEN
CATHERINE ÉLIE
DE L'INSTITUT SUPÉRIEUR DES MÉTIERS
P. 16

Le grand entretien

CATHERINE ELIE

«LES ARTISANS SAVENT TOUJOURS S'ADAPTER»

L'Institut Supérieur des Métiers (ISM) assure une mission nationale d'études sur l'Artisanat et la petite entreprise, en lien avec la Direction générale des entreprises et les organisations socioprofessionnelles de l'Artisanat. En tant que directrice des Études et du Développement économique, Catherine Élie y pilote les différents travaux d'enquêtes réalisés, ainsi que la publication désormais annuelle du tableau économique de l'Artisanat. Par ailleurs, elle coordonne différents projets comme l'observatoire des aides aux entreprises, le réseau des pôles d'innovation Artisanat-petites entreprises ou le label « Entreprise du Patrimoine Vivant ». Ce sont ces différentes activités et la veille quotidienne réalisée par son Centre de documentation qui permettent à l'Institut Supérieur des Métiers d'avoir une vision transversale et dynamique de l'artisanat, aussi bien dans ses différentes composantes sectorielles que sur les territoires. Rencontre…

PEUT-ON TOUJOURS DIRE QUE L'ARTISANAT EST LA PREMIÈRE ENTREPRISE DE FRANCE ?

L'artisanat demeure, en nombre d'entreprises, la première de France : près d'une entreprise sur trois est artisanale, soit plus de 1,2 million d'entreprises en 2014.

Ce nombre est en forte croissance depuis le début des années 2000, alors qu'il était stable sur la période 1985-2000 et que beaucoup d'économistes pariaient sur le déclin de l'artisanat. Ce renouveau est lié à l'attractivité des métiers pour les entrepreneurs (le nombre de créations a été multiplié par trois sur la décennie, atteignant 180 000 en 2014). Il témoigne d'un regain d'attractivité des métiers, bien antérieur à la crise et à la création du régime de l'auto-entrepreneur (aujourd'hui, on parle de micro-entrepreneur). C'est que l'artisanat est en phase avec les aspirations actuelles (recherche d'indépendance, de sens professionnel, de proximité, intérêt pour le geste…) et répond à de nombreux critères de compétitivité (flexibilité et réactivité du modèle économique de la petite entreprise, spécificité des savoir-faire jumelée à une capacité d'innovation, proximité avec la clientèle…).

En conséquence de cette forte dynamique, l'artisanat a maintenu son poids dans la valeur ajoutée du secteur marchand et dans l'emploi (il représente un emploi salarié sur dix environ).

LES ARTISANS SONT « LES M. JOURDAIN DE L'INNOVATION » : ILS INNOVENT SANS LE SAVOIR. ILS SONT LEURS PROPRES INGÉNIEURS DE SOLUTIONS NOUVELLES, GRÂCE À LEUR MAÎTRISE TECHNIQUE DES SAVOIR-FAIRE.

© ISM

PEUT-ON ENCORE CONSIDÉRER QUE CERTAINS SOUCIS DES CHEFS D'ENTREPRISE SONT DES CONSÉQUENCES DE LA CRISE ? NE DOIT-ON PAS PLUTÔT ENVISAGER QUE NOUS SOMMES DÉSORMAIS DANS UNE NOUVELLE ÈRE ET QU'IL FAILLE FAIRE AVEC CETTE NOUVELLE DONNE SANS ESSAYER FORCÉMENT DE REVENIR À LA SITUATION « D'AVANT-CRISE » ?

Les entreprises artisanales sont des entreprises comme les autres : elles ont donc été touchées au même titre que les PME et les grandes entreprises par la crise (certes, avec un différé d'une année). 2012, 2013 et 2014 ont été particulièrement difficiles. Un chiffre suffit à montrer la force de l'impact : la crise a détruit près de 130 000 emplois salariés dans l'artisanat, principalement dans le BTP et les activités de fabrication. Les défaillances ont également augmenté, notamment au sein des entreprises de deux à cinq salariés. Un fait plus inquiétant, si l'on se projette dans la sortie de crise, est la perte de rentabilité des entreprises artisanales : 30 à 40 % d'entre elles sont affectées par une baisse de leurs marges, conséquence de six années de reflux de l'activité et d'une hausse des coûts de production. La spirale est dangereuse, les entreprises reportant ou annulant les investissements qui leur permettraient de restaurer leur compétitivité. Pour faire face à cette situation, les artisans font ce qu'ils ont toujours fait : ils s'adaptent. Les clés sont connues : soit minimiser les coûts de production (c'est l'occasion de renégocier les tarifs avec les fournisseurs, voire de mutualiser les achats dans le cadre d'un groupement ou d'une coopérative), soit développer les marchés, en proposant des prestations ou des produits nouveaux, à plus forte valeur ajoutée. L'objectif est de se différencier de la concurrence, en proposant des produits de « niche » pour lesquels les marges seront généralement plus confortables. Les entreprises artisanales doivent par ailleurs répondre à la demande croissante de services et valoriser, « monétariser », les services de conception, de conseil ou de maintenance. Au-delà des efforts entrepris par les entreprises pour s'adapter, il est également important que l'artisanat puisse bénéficier pleinement des mesures gouvernementales programmées ou envisagées pour restaurer la compétitivité des entreprises.

LE TERME « INNOVATION » A TENDANCE À EFFRAYER CERTAINS PATRONS DE PME. EST-CE RÉELLEMENT UN CONCEPT ACCESSIBLE À TOUS ?

Dans l'esprit des artisans, le terme « innovation » renvoie toujours à l'innovation technologique de rupture et à l'industrie. Faut-il s'en étonner d'ailleurs ? Les politiques publiques continuent de soutenir prioritairement et de valoriser ce type d'innovation, même si bpifrance évolue progressivement dans ses aides, cela pour encourager les gisements d'innovations commerciales ou d'organisation liés notamment à la révolution numérique. Comme l'ont très bien montré l'équipe de l'ERFI (Université de Montpellier) et les travaux du Réseau Artisanat-Université, les artisans sont « les M. Jourdain de l'innovation » : ils innovent sans le savoir. C'est l'acquisition d'un

équipement nouveau, l'utilisation de nouveaux matériaux, qui vont permettre à l'entreprise d'innover dans ses procédés de fabrication ou dans son offre. Souvent également, c'est la demande d'un client qui va conduire à concevoir des produits nouveaux. Les artisans et leurs salariés sont leurs propres ingénieurs de solutions nouvelles, grâce à leur maîtrise technique des savoir-faire. Ils ont néanmoins des points faibles, notamment pour ce qui concerne la mise sur le marché et la valorisation économique de leurs innovations.

QUELLES SONT LES OPPORTUNITÉS DE MARCHÉ À L'HEURE ACTUELLE POUR LES ENTREPRISES ARTISANALES ?

De nombreuses tendances de consommation sont favorables à l'artisanat. Parmi les marchés en croissance, citons tout d'abord « la silver-économie » liée au vieillissement de la population. Tous les grands secteurs de l'artisanat sont potentiellement concernés : le bâtiment, pour l'adaptation des logements ; les métiers de bouche, qui devront se positionner sur le portage de plats préparés ; les services à la personne ; sans compter les fabricants d'objets « connectés »… La demande croissante de produits « verts » au sein des nouvelles générations est également une tendance de fond à prendre en compte : les artisans vont devoir « éco-construire », « éco-concevoir »... dans une démarche d' « éco-responsabilité ». D'autres marchés sont porteurs : l'efficacité énergétique, la consommation de proximité (les hypermarchés perdent des parts de marché pour la première fois depuis 50 sans), les produits personnalisés… L'artisanat de réparation devrait renaître avec l'essor des produits recyclés, et les métiers du patrimoine profiter de l'essor du tourisme. Pour l'analyse de ces tendances, je vous renvoie à l'ouvrage collectif « Marchés et innovations - horizon 2020 », coordonné par l'ISM en partenariat avec une cinquantaine d'experts (en ligne sur notre site).

POUR RÉUSSIR ET PROSPÉRER, SELON VOUS, LES ENTREPRISES DOIVENT-ELLES PLUTÔT S'OUVRIR À L'INTERNATIONAL ET À L'EXPORT OU AU CONTRAIRE SE REPLIER VERS LE LOCAL ET LA TRADITION, CONCEPTS TRÈS DANS L'AIR DU TEMPS ?

Les choix stratégiques dépendent de l'activité. L'entreprise positionnée sur des marchés locaux devra être en capacité d'élargir son offre de services. Le particulier souhaitant rénover son logement attend une offre globale, sans avoir à consulter tous les corps de métiers. Ce phénomène s'observe déjà dans les métiers de bouche qui proposent une gamme complémentaire de produits prêts à emporter ou consommer (du carné au sucré) ou les soins à la personne (les salons sont de plus en plus nombreux à proposer des prestations de coiffure et de soins de beauté). La demande de service est croissante, avec une attente de service à domicile ou à horaires élargis. Concernant, au contraire, les entreprises positionnées sur des marchés régionaux ou nationaux, l'avenir est à l' « hyperspécialisation » et donc à l'exportation. Un exportateur sur trois est une entreprise artisanale en France, leurs produits et savoir-faire étant très recherchés. Le potentiel d'exportation n'est plus à démontrer, il est à déployer et à accompagner !

Y A-T-IL UNE PARTICULARITÉ DE L'ARTISANAT LORRAIN ? DES OPPORTUNITÉS SPÉCIFIQUES ?

La région Lorraine et les autres régions du Nord et de l'Est de la France ont historiquement un tissu artisanal moins dense, en raison notamment d'une culture industrielle plus marquée. Cette spécificité évolue cependant. En effet, sur la période 2000-2013, la Lorraine est au 6e rang des régions françaises pour la progression du nombre d'entreprises artisanales, notamment dans les activités de services. Concernant les spécificités sectorielles, le tissu régional est dense en boulangeries et pâtisseries et, dans un tout autre domaine, en prothèses dentaires ou matériel médico-chirurgical. Dans les métiers de fabrication, on constate également la permanence de pôles de spécialité : le travail du bois, l'ameublement et la fabrication de jeux et jouets (Vosges, Meuse), le travail du verre (Moselle, Meurthe-et-Moselle) et, enfin, le travail des métaux et l'artisanat de sous-traitante industrielle (Moselle, Vosges).

Plus d'infos : retrouvez tous les travaux et les études menés par l'Institut Supérieur des Métiers sur leur site internet : http://ism.infometiers.org/

TOUT SAVOIR SUR LA GÉNÉRALISATION DE LA COMPLÉMENTAIRE SANTÉ

Imaginacom by RL et Alternative

N°Cristal 09 69 36 10 20
APPEL NON SURTAXÉ

Plus de 20 agences en Lorraine
et en Franche-Comté
www.acorismutuelles.fr

Partenaire
AG2R LA MONDIALE

ACORIS mutuelles
L'ENGAGEMENT SOLIDAIRE

Quiz

POSSÉDEZ-VOUS TOUS LES ATOUTS POUR RÉUSSIR ?

Si faire tourner son entreprise au quotidien n'est pas une mince affaire, il est encore bien plus compliqué de la pérenniser, lui donner une impulsion déterminante ou faire grimper son chiffre d'affaires. ***Mais à l'artisanat rien d'impossible !*** *Prenez un peu de recul et un stylo et répondez à ces dix questions… Elles vous permettront de vous situer en tant que chef d'entreprise, de comprendre quels sont vos points forts et vos lacunes, de questionner votre capacité à vous lancer des défis ! Retrouvez les réponses à ce quiz en page 50 et, d'ici là, profitez de notre dossier spécial pour rencontrer des chefs d'entreprise qui ont su trouver, à force d'obstination ou de bonnes idées, les clés de la réussite.*

1 | QUELLE EST VOTRE PHILOSOPHIE AU QUOTIDIEN ?

■ La chance aide parfois, le travail toujours.

● Partout où l'homme apporte son travail, il laisse aussi quelque chose de son cœur.

▲ Le travail a été fait pour l'homme et non pas l'homme pour le travail.

2 | INTERNET, RÉSEAUX SOCIAUX, PACKAGING, MARKETING… QUE VOUS ÉVOQUENT CES NOTIONS ?

● Vous avez fait de ces modes de communication modernes un atout en les exploitant régulièrement et judicieusement. Vous vous formez dès que possible pour bien maîtriser tous ces outils.

■ Vous avez un site vitrine que vous mettez à jour quand vous y pensez mais, au quotidien, vous faites plutôt confiance au bouche-à-oreille.

▲ Vous êtes un artisan et non un communiquant. Ces outils sont plutôt destinés aux jeunes selon vous et sont incompatibles avec votre activité quotidienne déjà bien chargée.

3 | SELON VOUS, L'INNOVATION EST L'APANAGE…

▲ Des grandes entreprises qui peuvent intégrer cette dimension dans leur budget et possèdent un département recherche et développement.

● De tous ! Innover ne nécessite pas forcément de très gros moyens mais surtout de bonnes idées, une réelle ouverture d'esprit et de savoir faire appel aux bonnes personnes au bon moment.

■ Des entreprises déjà bien lancées qui dégagent suffisamment de bénéfices pour consacrer du temps et de l'argent à de lourds investissements.

4 | VOUS FAITES APPEL À VOTRE CMA…

● Régulièrement. Vous suivez l'actualité de l'artisanat, êtes au fait des nouvelles réglementations, labellisa-

tions, obligations, formations et comptez sur les conseillers de la chambre pour vous orienter et faire avancer vos projets.

■ De temps en temps. Vous faites parfois une formation pour rester à niveau mais vous n'avez pas trop de temps pour vous informer de toute l'offre de services de la chambre.

▲ Très rarement. Depuis votre immatriculation au répertoire des métiers, vous avez la tête dans le guidon et ne ferez appel à la chambre que si vous êtes en grande difficulté.

5 | CONCERNANT LES LABELLISATIONS, LES CONCOURS ET LES SALONS, VOUS TROUVEZ...

● Que c'est un excellent moyen pour vous faire connaître, faire parler de vous et travailler à l'image de marque de votre entreprise.

▲ Que c'est une perte de temps. Vous ne voyez pas comment vous pourriez concilier tout ça avec votre activité. Une labellisation représente des dossiers fastidieux à remplir et les concours et salons beaucoup de temps que vous estimez ne pas avoir.

■ Que c'est un mal nécessaire. Ce n'est pas vraiment votre truc mais il faut bien y passer de temps en temps pour rester dans l'air du temps et ne pas tomber dans les oubliettes.

6 | COMMENT LES SALARIÉS SONT CONSIDÉRÉS DANS VOTRE ENTREPRISE ?

● Très bien. Vous avez développé une véritable stratégie de management. Vous les impliquez dans les choix importants, les motivez par le biais d'intéressement quand cela est possible et les encouragez à suivre des formations qui pourront être utiles à eux comme à l'entreprise.

■ Plutôt bien. Vous les considérez comme une équipe mais ils ne doivent pas oublier qui est le patron et quelle est la cadence à tenir.

▲ Correctement. Chacun est censé savoir ce qu'il a à faire quand il vient travailler. Le reste ne vous concerne que très peu.

7 | COMMENT ÉVALUEZ-VOUS VOTRE LIEU DE TRAVAIL ET D'ACCUEIL DU CLIENT (ATELIER, BOUTIQUE...) ?

▲ Un peu vieillissant mais, après tout, c'est le produit final qui prime et c'est cela qui intéresse le client.

■ Plutôt correct. Vous veillez à la propreté et aux règles de sécurité mais votre environnement de travail n'est pas si important que cela d'après vous.

● Très soigné. Votre lieu de travail est le reflet de votre entreprise. Vous soignez donc particulièrement les lieux d'accueil et faites en sorte d'être accessibles à toute votre clientèle.

8 | COMMENT ÉVALUEZ-VOUS VOS OUTILS DE PRODUCTION ?

▲ Vous croisez les doigts mais, pour l'instant, tout fonctionne, même si ça fait bien longtemps que vous n'avez pas fait d'investissements et de révisions de tout cela.

■ Vous investissez dès que nécessaire. Une grosse panne et un arrêt de votre activité vous coûteraient presque autant qu'un lourd investissement par décennie.

● Vous êtes toujours à la pointe du progrès et au courant des évolutions de votre secteur. Vous n'hésitez pas à tout revoir si vous estimez que c'est nécessaire pour la pérennisation de votre entreprise.

9 | ÊTES-VOUS SENSIBLE AUX PROBLÉMATIQUES LIÉES AU DÉVELOPPEMENT DURABLE ?

● Vous y êtes très sensibles et avez déjà mis en place différentes stratégies pour être aux normes environnementales. Vous n'hésitez d'ailleurs pas à communiquer sur ces actions.

■ Vous avez en tête d'améliorer certaines choses dans votre entreprise mais ne trouvez pas le temps de le faire.

▲ Vous n'avez jamais eu le temps d'y penser vraiment et ne voyez pas vraiment comment adapter tout cela à votre quotidien.

10 | AVEZ-VOUS DÉJÀ ENVISAGÉ D'APPARTENIR À UN GROUPEMENT D'ACHATS, VOIRE D'EN CRÉER DANS VOTRE ACTIVITÉ ?

● Oui, d'ailleurs vous en faites partie et en êtes ravi. Cela signifie pas mal d'économies sur les matières premières et la possibilité d'accéder à des marchés inaccessibles lorsque l'on est une PME.

■ Vous y avez pensé mais avez un peu peur de ne pas vous y complaire totalement ou de ne plus être totalement décisionnaire dans votre activité quotidienne.

▲ Cela ne vous est jamais venu à l'idée et vous préférez de toute façon traiter avec vos fournisseurs habituels.

QUI SOMMES-NOUS ?

Éric Thouvenin
Atoutflex
(photograveur multiprocess)
Allée des Aulnes - Parc de Haye
54840 Velaine-en-Haye
Tél. : 03 83 23 42 70
Effectif : 6 salariés + le gérant

Pour Éric Thouvenin, la clé de la réussite de son entreprise, qui fêtera ses dix ans en 2016, est une combinaison entre le bien-être et une autonomie totale de ses salariés au sein de l'entreprise et la culture de la proximité avec ses clients.

Éric Thouvenin - Velaine-en-Haye (54)

UNE **AVENTURE HUMAINE** RESPONSABLE

On pourrait croire que le métier de photograveur est en perdition. Pourtant, depuis sa création, l'entreprise Atoutflex continue de progresser notamment grâce à un savoir-faire très pointu et à une multiplication de techniques : photogravure, flexographie, typographie, plaques offset… Aujourd'hui, la flexographie s'est considérablement développée, une matrice souple qui sert à imprimer des supports souples et rigides variés : plastique, ouate, étiquettes, packaging…

FAIRE PARTIE D'UNE MÊME FAMILLE

« Leurs problèmes, ce sont les nôtres », affirme Éric qui préfère parler de collaborateurs lorsqu'il s'agit de ses employés. Il mise sur l'importance pour chacun d'être considéré. Par exemple, dès la création de l'entreprise en 2006, il leur proposait déjà une mutuelle. Les horaires de travail de chacun sont calés sur les impératifs personnels également. L'objectif affiché est simple : *« Que l'on arrive avec le sourire. »*
L'équipe est toujours associée lors d'un recrutement. Dès lors qu'une nouvelle personne arrive dans l'équipe, après une journée découverte, elle profite d'un véritable accompagnement. *« Je préfère recruter quelqu'un qui veut vraiment travailler et qui a tout à apprendre, car notre métier est atypique ».* En cas de conflits, des règles sont mises en place et une issue est rapidement trouvée en bonne intelligence.

PROXIMITÉ AVEC LES CLIENTS

« Nos clients, on les connaît bien, ils font aussi partie de la famille Atoutflex » et ils sont en local, parfois plus loin, voire hors de nos frontières. Mais la confiance a été gagnée grâce au sérieux de l'entreprise. Elle a fait ses preuves et a su trouver sa place. Certains d'entre eux sont même devenus des amis.

© LUC BERTAU

Éric Thouvenin sait intégrer ses salariés à toutes ses prises de décision.

ACHATS MAÎTRISÉS ET PRISE DE CONSCIENCE

Atoutflex joue sur une totale transparence dans les coûts de fournitures et machines, et de ses prix de vente. Les investissements sont débattus ensemble. Chacun est totalement polyvalent et peut suivre un dossier depuis l'établissement du devis jusqu'à sa réalisation. De fait que *« lorsqu'une erreur de fabrication est commise, la personne sait exactement ce qu'il fait perdre à l'entreprise ».* Elle connaît tous les prix, ce qui permet certes un investissement, mais également de préparer l'entreprise à demain. C'est autant de perte qui ne parvient pas directement à l'équipe sous forme de prime à la fin de l'année. La responsabilisation est entière. *« Pour le pot de Noël de l'entreprise, je leur ai fait la surprise de l'acquisition d'une machine dernier cri, le Thermoflex 80, à un coup non négligeable. »* La première fois qu'Éric ne consulte pas son équipe… mais c'était pour les récompenser en cette fin d'année, une surprise aux allures de Noël avant l'heure !

PLACE AUX **EXPERTS**

IL RÉUSSIT CAR IL FAIT PARTICIPER SES SALARIÉS

Éric Thouvenin opte pour un management dit « participatif », et il l'applique en mettant en exergue ses avantages... Il a tout compris ! D'une part, il place le facteur humain au centre de son fonctionnement et de son organisation et, d'autre part, il prend en considération les bénéfices de la ressource humaine qu'il transforme en véritable capital. Ce capital considère cette ressource et la participation active de ses salariés comme un moteur des avancées de la stratégie d'entreprise d'Atoutflex. Les bienfaits et avantages de ce style de management ont fait leurs preuves ! Il permet l'implication des salariés dans le processus de décision et améliore le climat social par la prise en compte de l'aspect humain. Le travail est conscientisé et les objectifs de l'entreprise sont investis par les salariés comme étant les leurs. Ainsi, il en découlera plus d'initiatives, de réactivité et de motivation qui aboutiront à l'acceptation de la trajectoire globale qu'empruntera l'entreprise, avec tout ce que cela comporte de compétitivité, d'innovation et de gain économique. Ensemble sur le même bateau et dans la même direction !

© CMA54

Anne-Marie George, conseillère ressources humaines à la CMA 54.

Son truc en plus

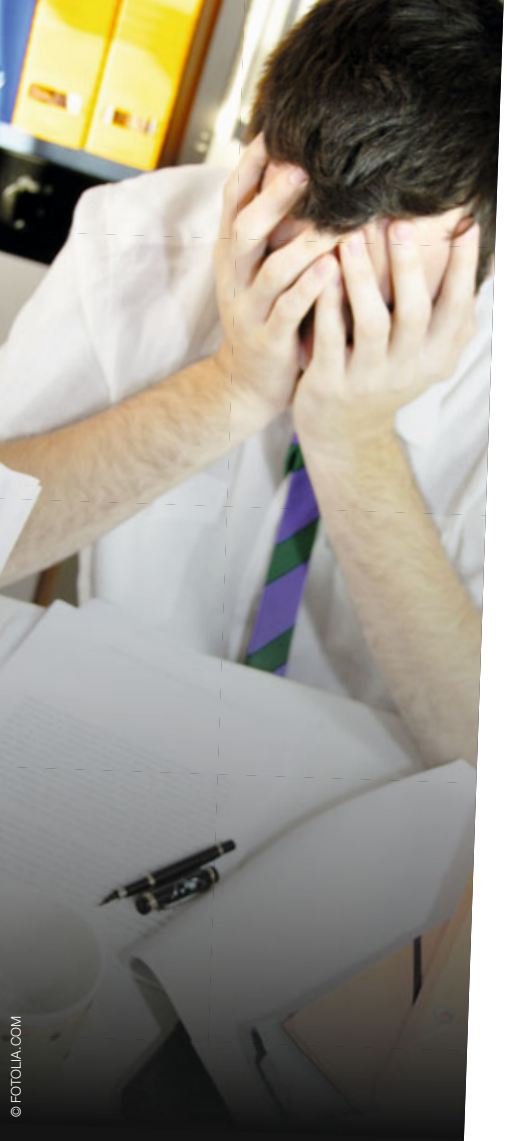
Le facteur humain est placé au centre du fonctionnement de l'entreprise. Les salariés sont impliqués dans le processus de décision, ce qui améliore le climat social.

IL RÉUSSIT CAR IL ALLIE VALEURS, SENS ET PERFORMANCE

« Il n'est d'Entreprises que d'Hommes », dit-on. Nombre d'affaires possèdent une technicité, des produits, des services de haut niveau. Et pourtant, les résultats sont médiocres, l'ambiance reste grise et morose, voire des dissensions internes la mènent au bord du gouffre. Il manque motivation et cohésion. Depuis quelques décennies, j'accompagne des dirigeants et responsables dans le développement de leurs activités en instillant du sens et en revisitant management et communication pour retrouver l'allant qui est au seuil de la réussite. La conjoncture bouge beaucoup, la jeune génération est parfois surprenante ! Comment l'inclure sans la froisser ? Un capital humain bien configuré peut représenter une ressource inestimable. Dans les situations de difficultés économiques comme face aux plans de développement ambitieux, j'ai toujours trouvé des salariés et responsables prêts à se donner entièrement, à s'investir. Il faut cependant savoir-faire, savoir-être et doigté pour les mettre en route ! Mon projet devient alors de mettre les dirigeants et managers en capacité de développer leadership et charisme auprès de leurs salariés. La question pour le manager se transforme de la façon suivante : « Comment puis-je inspirer confiance et motivation ? ».

© DR

Jean-Paul Delatte, consultant, formateur et coach pour le cabinet Lorraine Développement à Essey-lès-Nancy.



© FOTOLIA.COM

À VOUS DE **JOUER !**

Donner du sens pour réussir

À l'heure où l'on parle de stress, de harcèlement, de burn-out, avez-vous déjà pris du temps pour vous poser ces questions : Est-ce inéluctable ? Est-ce un nouvel acquis ? Combien ça coûte à l'entreprise ? Faut-il accepter et laisser faire ? Comment appréciez-vous la succession des générations ? Les acteurs du baby-boom commencent à laisser la place à la « Génération Y », née dans les années 80. Ces derniers embauchent peu à peu les natifs des années 2000, dite « Génération Z » ou Génération Internet ! Oui, ça bouge, de plus en plus vite et de plus en plus fort ! Comme le verre à moitié vide ou à moitié plein, vous pouvez y voir une calamité ou une chance.

L'équilibre humain repose sur deux pieds. L'équilibre de l'entreprise aussi : identité et organisation.

Lorsque le deuxième pied prend le pas sur l'autre, c'est un monde déshumanisé qui s'installe : fait de normes, de critères, de chiffres et d'injonctions. La suite logique est la démission qui gagne les acteurs un par un ; renforçant ainsi le besoin d'autorité, de normes et de critères. Le cercle est vicieux, irréversible et destructeur. Lorsque le premier pied est trop développé, c'est une ambiance empathique qui est privilégiée, une confiance et un laxisme furtif qui s'instaurent. Une liberté excessive devient déstabilisante pour certains, démotivante pour d'autres. Cet autre cercle vicieux conduit également à la démission par manque d'intérêt.

Pour obtenir l'équilibre, il convient de construire sens et cohésion au sein des équipes, en mixant judicieusement identité et organisation. En respectant chaque génération, ses attentes et ses modes d'expression. Les moyens sont nombreux, fins et délicats, puissants et pertinents. Ils sont hélas peu enseignés et mal présentés ou dispersés dans les ouvrages disponibles.

Les 3 points clés

Donner du sens
Permettre à chacun de venir travailler avec des valeurs partagées, une vision clairement affichée, des projets explicités et des moyens correctement calibrés.

Instaurer de la cohésion
C'est un collectif qui fera réussir l'entreprise, certainement pas la somme des engagements individuels… comme au foot !

Des managers porteurs de sens
Les managers ont un rôle passionnant de capitaine, d'entraîneur, de leader. Leurs objectifs ? Inspirer confiance, donner envie aux salariés de les suivre.

Le chiffre

3,2 millions

3,2 millions de salariés sont actuellement victimes d'une forme d'épuisement professionnel. Un rapport remis récemment à la Direction Générale du Travail montre que la cause première n'est pas tant due à l'individu qu'à l'organisation du travail qui lui est imposée : notamment les changements fréquents et les rythmes soutenus.

En 2009, Alexandre et Magali Chapelet quittent leur emploi respectif pour reprendre le garage Martin. Ils se fixent pour objectif de faire aussi bien que leur très chevronné prédécesseur. Six années se sont écoulées depuis. Le bilan de santé de l'entreprise est encourageant.

QUI SOMMES-NOUS ?

Alexandre et Magali Chapelet
AD Garage Expert Chapelet Martin
51 bis rue du Coulmier
55100 Verdun
Tél. : 03 29 84 10 87
Effectif : 6 salariés + 2 gérants
www.ad-auto.fr

Alexandre et Magali Chapelet - Verdun (55)

UNE AFFAIRE DE **REPRISE**

Lorsqu'ils font l'acquisition de l'entreprise, ils héritent d'une affaire saine et disposent d'une équipe solide. Une partie des salariés a plus de 30 ans d'expérience, sans parler de Michel qui souffle, sans jeu de mot, sa 38e bougie au sein de l'atelier. Ancien préparateur de voiture, diplômé en mécanique et en carrosserie, Alexandre sait qu'il peut s'appuyer sur un collectif de collaborateurs très qualifiés. Il s'efforcera à chaque initiative de composer avec son équipe en leur apportant des moyens techniques pour garantir et développer un niveau de confort et une qualité de travail en relation avec les attentes de sa clientèle et de ses partenaires. La tête sur les épaules, il explique avec l'humilité qui le caractérise : *« Je pense toujours à long terme. Pour combattre la crise, il ne faut surtout pas attendre, il faut s'engager dans le présent en se projetant dans l'avenir. »*

INVESTISSEMENTS ET SPÉCIALISATIONS

Alexandre entame alors une politique d'investissement assez soutenue pour consolider les agréments attribués par les compagnies d'assurances. Il remplace entre autres cinq ponts, achète un nouveau compresseur, une cabine et un laboratoire de peinture, du matériel de soudure, une nouvelle dépanneuse et rénove la façade. Il quitte également le navire du constructeur Citroën et rejoint le réseau AD dans un premier temps pour la partie carrosserie et tout récemment pour la partie mécanique, lui permettant ainsi d'élargir sa clientèle en proposant un savoir-faire et des offres commerciales multimarques. Il devient également prestataire pour Glass Auto Services. Il touche alors une nouvelle clientèle qui pousse les portes du garage pour réparer ou changer un pare-brise. Séduits par le professionnalisme de l'établissement, les clients reviennent pour lui confier la maintenance de leur véhicule.

UNE ÉQUIPE DISPONIBLE À TOUT MOMENT

Les salariés sont expérimentés et connaissent parfaitement leur travail. Au-delà de la pérennisation des emplois, il mise sur la mobilisation de son équipe. Il augmente les salaires dans les mêmes proportions que les tarifs des prestations de l'atelier. L'ambiance est conviviale. Il précise : *« Tout le monde va dans le même sens »*. Grâce à l'embauche d'un deuxième dépanneur, Alain, ancien camarade de promotion, et Daniel, dépanneur expérimenté, le garage peut assurer des astreintes particulièrement contraignantes puisqu'il peut être sollicité 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. Le bouche-à-oreille fait son œuvre et constitue sont principal vecteur de communication. Preuve en est que les atouts de l'artisanat (savoir-faire, souplesse et modernité) ont encore de beaux jours devant eux lorsqu'ils sont orchestrés avec intelligence.

Une vision d'avenir pour un garagiste ancré dans son temps…

© LUC BERTAU

PLACE AUX **EXPERTS**

ILS RÉUSSISSENT CAR, TECHNIQUEMENT, ILS SONT AU TOP !

© CMA55

Hervé Lebon, chargé de développement économique à la CMA 55.

Alexandre et Magali Chapelet réussissent parce qu'ils ont une compétence que je qualifierai d'élargie. Ils sont à la fois d'excellents techniciens en ayant une politique de gestion des ressources humaines ouverte. Ils sont à l'écoute de leurs salariés. Ils sont également en état de veille permanent. Un des points forts, c'est aussi qu'ils ont la volonté de construire avec le personnel. Pour preuve, les embauches qu'ils ont réalisées. Techniquement, ils sont au top. Ils sont toujours dans une logique d'investissement pour maintenir un bon niveau de performance et de service. Ils montrent toujours une volonté d'apporter un véritable service et je pense que le client en a conscience. L'affaire est très bien gérée parce qu'Alexandre et Magali Chapelet suivent avec attention l'évolution de leur activité. Ils sont d'ailleurs très complémentaires. Le rôle de madame est très important dans ce domaine. De manière plus globale, ils sont bien entourés et savent frapper à la bonne porte quand ils en ont besoin. Ils ont su solliciter la Chambre de Métiers et de l'Artisanat pour qu'on les accompagne dans le montage de dossiers de subvention auprès du GIP Objectif Meuse et du Conseil Général de la Meuse.

Leur truc en plus

Alexandre et Magali Chapelet ont une vision et une maîtrise globales de leur entreprise.

ILS RÉUSSISSENT CAR ILS INVESTISSENT CONSTAMMENT

© DR

François Herbermont, distributeur, Auto Distribution

Le groupe Auto Distribution fait des campagnes de recrutement nationales. On a très rapidement ciblé Alexandre et Magali. Ce sont des professionnels. Ils sont sérieux, agréables et très respectueux du client, l'accueil est parfait. Ils travaillent en couple et sont complémentaires. Pour nous, c'est très important. Le garage est propre, rangé : c'est rassurant, le client est forcément en confiance. Et puis ils investissent en permanence. Ils pourraient se dire *« On va jusqu'au bout du matériel. »* Au début effectivement, vous faites des économies mais, en réalité, vous reculez, vous êtes perdants. Alexandre et Magali n'attendent pas. On ne peut pas avancer si on n'investit pas. Ils investissent tout le temps. Eux ont toujours voulu rester au top dans tous les secteurs de l'entreprise : gestion, technique, informatique… Avec leurs salariés, ils suivent de nombreuses formations. Ils ont une vision et une maîtrise globales de leur entreprise.

À VOUS DE JOUER !

Réussir une reprise d'entreprise

Comme pour la création, la réussite d'une reprise d'entreprise est avant tout liée à des éléments humains. La motivation, les compétences, la personnalité… du repreneur sont effectivement déterminantes. Pour autant, mieux vaut procéder avec méthode et être accompagné pour éviter de perdre du temps, de l'énergie inutilement et surtout éviter certaines embûches. Il est important d'entretenir de bonnes relations avec le cédant afin de disposer d'informations rapides et concrètes pour assurer la passation. Sans forcément se lancer dans la rédaction d'un document trop formalisé, il convient cependant d'apporter des réponses aux points suivants :

- **commercial :** produits et prestations, politique de prix, stratégie commerciale, développement envisagé et moyens…
- **production :** production actuelle, état des outils et des technologies, développement envisagé…
- **investissements :** actifs de l'entreprise, investissements à prévoir…
- **approvisionnements :** sources d'approvisionnement actuelles, coûts d'achat, fournisseurs…
- **ressources humaines :** pyramide des âges, compétences, embauches, formations…
- **étude prévisionnelle** comprenant un plan de financement permettant d'afficher des capacités d'emprunt adaptées au projet de reprise.

Pour pérenniser votre entreprise, vous devrez aussi faire preuve d'anticipation, d'intuition et de réactivité.

Les 3 points clés

Conserver une équipe soudée
Formation, convivialité, écoute sont les clés pour valoriser les salariés déjà présents dans l'entreprise avant votre arrivée et créer un climat favorable

Investir régulièrement
Sachez prendre du recul sur les outils de production déjà en place et investir en permanence, pas juste quand la situation devient critique et le travail trop pénible !

Faire appel à des experts
Savoir s'entourer des bonnes personnes et frapper aux bonnes portes sont signes de clairvoyance et d'efficacité, non l'inverse !

© FOTOLIA.COM

Le chiffre

1 200

1 200 artisans déclarent vouloir prendre leur retraite d'ici dix ans, 59 ans est l'âge moyen d'un artisan qui envisage de prendre sa retraite dans les 5 ans et 9 % des immatriculations sont des reprises d'entreprises

[+ d'infos : Votre Chambre de Métiers et de l'Artisanat]

Source : Opale (Outil de Prévision de l'Artisanat en Lorraine) | www.crmalorraine.fr

QUI SOMMES-NOUS ?

Mylène Moll et Jérémy Fétique
Salon Inspiration
16 rue Taison
57000 Metz
Tél. : 03 87 76 42 78
Effectif : 2 gérants + une apprentie en brevet professionnel

Les éclats de rire feraient presque oublier le ronflement incessant du sèche-cheveux. On parle chiffons, caleçons, chignons… Jérémy replace habilement une mèche de cheveux, Mylène conseille une cliente sur la couleur qui lui siéra le mieux. L'ambiance d'un salon de coiffure lambda, si ce n'est qu'elle est le résultat d'une belle rencontre et d'un bon brin d'inspiration !

Mylène Moll et Jérémy Fétique - Metz (57)

UN SENS DE L'ACCUEIL INSPIRÉ ET INSPIRANT

Quand Jérémy Fétique et Mylène Moll, 28 ans, se rencontrent dans leur école de coiffure à Metz, il y a une dizaine d'années, l'entente est immédiate. Ils ont tous les deux eu un parcours similaire : des études brillantes dans la voie générale, une vocation pour la coiffure d'abord avortée. Après un Bac STT pour elle et une année de droit pour lui, leur choix de carrière initial s'impose finalement comme une évidence : la coiffure sinon rien ! Leur passion les amène à passer tous les échelons : CAP, mention complémentaire, brevet professionnel styliste-visagiste. Ils rêvent alors d'ouvrir un salon ensemble un jour, comme toutes les promesses qu'on se fait puis qu'on oublie au gré de la « vraie vie ». Les voilà lancés dans leur carrière professionnelle : Jérémy officie dans un salon du centre-ville de Metz, Mylène enchaîne les remplacements dans la région puis au Luxembourg, par choix.

TOUT SAUF LA COIFFURE À LA CHAÎNE

Les deux acolytes gardent le contact, se revoient un jour d'août 2012, évoquent leur projet de jeunesse. *« Être salarié était un vrai choix pour moi. C'est plus simple mais on finit par se rendre compte qu'on ne travaille pas comme on le voudrait vraiment »*, explique Mylène. Alors qu'eux, ils savent parfaitement ce dont ils auraient envie : un salon zen mais convivial, ne pas faire de la coiffure à la chaîne… Tout se met alors en place comme une évidence et, en seulement six mois, leur projet prend forme et se concrétise. Jérémy trouve le local rêvé, leur famille met la main à la pâte pour les travaux. Plus tard, le Conseil régional leur accordera même une subvention de 8 000 euros. En février 2012, le salon ouvre ses portes. Le carnet de rendez-vous ne cessera de se remplir.

© LUC BERTAU

Une amitié et une affaire sans faille !

UN SUCRE OU DEUX DANS VOTRE CAFÉ ?

Leur secret ? Un accueil naturel, chaleureux, sans chichis. *« On n'en fait pas des tonnes. On se fait juste un devoir de passer un temps privilégié avec chacun. On ne prend d'ailleurs que sur rendez-vous, ce qui évite une trop grande affluence et nous permet d'être ponctuels,* indique Jérémy. *Il faut aussi apprendre à connaître ses clients. S'ils aiment parler ou s'ils préfèrent qu'on soit discrets, ce qui est souvent le cas de la clientèle masculine. Comment ils préfèrent leur café… »* La publicité, ils n'en ont pas besoin. *« Nos clients sont nos meilleurs ambassadeurs, le bouche-à-oreille fait le reste »*, expliquent-ils. Pas de carte de fidélité non plus mais *« un geste commercial au gré de leurs visites ou une remise si une cliente nous envoie quelqu'un »*. Après deux ans d'activité, les deux amis ne se reposent pas sur leurs lauriers : *« On continue à se former à la CMA, à faire des stages pour rester dans la tendance, à faire appel à M^me^ Probst de la CMA dès qu'on en a besoin. On essaye aussi toujours d'améliorer notre accueil, par exemple en mettant à disposition un I Pad, bien utile pour patienter pendant que la couleur est posée ! »* Une réussite inspirée et inspirante !

PLACE AUX **EXPERTS**

ILS RÉUSSISSENT CAR ILS ONT LA TÊTE SUR LES ÉPAULES

© CMA57

Corine Probst, conseillère entreprise à la CMA 57.

J'ai rencontré Jérémy et Mylène alors qu'ils venaient d'ouvrir leur salon. J'ai tout de suite été surprise par leur maturité et la qualité de leur projet. Ils avaient la tête sur les épaules, beaucoup de rigueur et une idée très précise de ce qu'ils voulaient accomplir dans leur salon au quotidien. Ils ont réussi à créer une ambiance particulière qui fait que les clients en redemandent et viennent de plus en plus nombreux. Ils jouent aussi parfaitement le jeu avec la CMA et font appel à moi dès qu'ils sont confrontés à une problématique. Ils se forment régulièrement, que ce soit lors du module sauveteur secouriste ou plus récemment pour la formation sur le document unique. Ils ont également embauché une apprentie qui retente la dernière année de son brevet professionnel. Ils l'ont totalement intégrée et lui inculquent leurs valeurs et leur professionnalisme avec beaucoup de ferveur. Ils forment une équipe très soudée, solidaire, dans un seul but : satisfaire leur clientèle tant par l'accueil, la qualité de leurs prestations et leurs petites attentions. L'harmonie parfaite ! Ils ont aussi un vrai respect des horaires et savent s'organiser et jongler avec leur planning pour ne jamais faire attendre le client. Leur philosophie m'a tellement impressionnée que, de référente, je suis aussi devenue bonne cliente !

Leur truc en plus

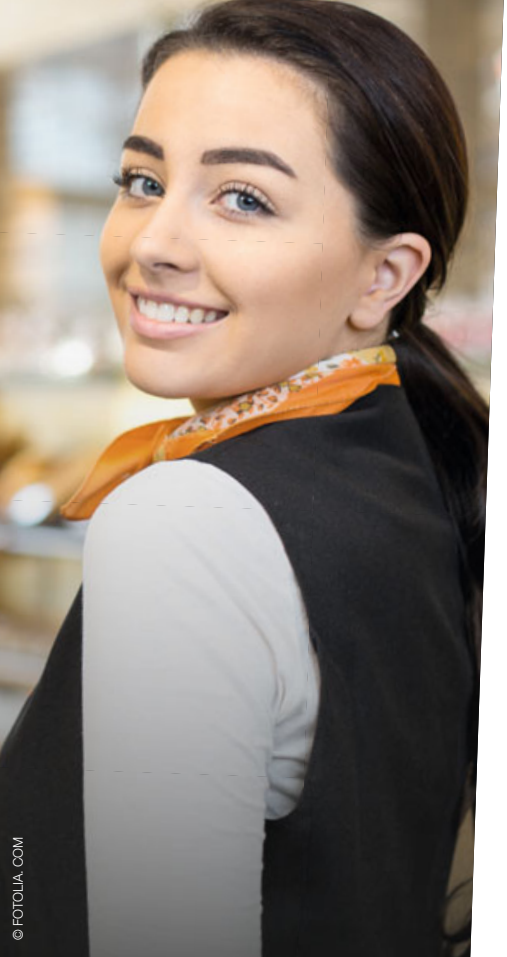
Ils forment une équipe très soudée, solidaire, dans un seul but : satisfaire leur clientèle tant par l'accueil, la qualité de leurs prestations et leurs petites attentions.

ILS RÉUSSISSENT CAR ILS TRAVAILLENT AVEC PASSION

© CMA57

Liliane Lind, Présidente de l'Union départementale de la coiffure de Moselle.

L'accueil est vraiment primordial dans un salon de coiffure comme chez n'importe quel commerçant. Il suffit de s'avancer vers les gens, de les prendre en charge et on peut déjà voir leur regard s'illuminer ! Un beau sourire permet aussi d'amadouer les plus stressés et les plus impatients ! Notre but doit être de leur faire oublier les soucis de la journée, passés ou à venir, pour leur offrir un réel moment de détente. Il est aussi important d'avoir la passion du métier. Être un bon coupeur ou maîtriser la technique ne suffit pas. Il faut travailler avec le cœur, avec sincérité. Le client saura parfaitement reconnaître la personne qui aime son métier et le fait avec passion ! C'est le cas de Jérémy et Mylène et c'est aussi ce que j'essaye d'inculquer très tôt à nos apprentis. Chaque fois que je fais passer des examens, je les sensibilise sur ces points. Dès que l'on est en relation directe avec une clientèle, il ne faut pas perdre de vue que nous faisons un vrai métier de communication ! J'encourage d'ailleurs tous les jeunes qui s'installent à rejoindre une fédération ou notre organisation. Comme on le dit souvent, l'union fait la force, et il est important dans nos métiers de savoir prendre du recul, d'observer des professionnels différents en action et savoir s'apprendre mutuellement.



© FOTOLIA.COM

À VOUS DE **JOUER !**

Un petit sourire pour la route

Vos produits auront beau être les meilleurs, vos prix les plus attractifs, votre boutique la plus soignée, si le sourire et le sens de l'accueil ne suivent pas, il vous sera difficile de fidéliser votre clientèle !

Ne perdez pas de vue que vous exercez des métiers de contact où les rapports humains sont primordiaux et, surtout, ne coûtent rien ! Un sourire engageant, un regard franc et direct, une politesse élémentaire, un vrai sens de l'écoute ou une note d'humour vous permettront une réelle interaction avec vos clients qui ne viendront plus chez vous par hasard, comme l'a déjà attesté une marque bien connue.

La mise en place de petites attentions particulières permettra aussi à votre clientèle de se sentir privilégiée et, là encore, pas besoin d'en faire des tonnes. Une petite remise à l'occasion, une carte de fidélité, un petit café offert si vos locaux et votre activité vous le permettent peuvent très simplement faire la différence. Vos clients sont finalement des personnes comme les autres et, sans vous en faire des amis, vous pourrez facilement vous en faire des alliés car le bouche-à-oreille est sans aucun doute la plus efficace et la plus légitime des publicités.

Les 3 points clés

Soigner le sens de l'accueil

Politesse, sens de l'écoute et du service sont primordiaux quand on tient un commerce ou que l'on est en contact direct avec sa clientèle.

Fidéliser par des moyens à la portée de tous

Une carte de fidélité, une remise occasionnelle, un café sont très simples à mettre en place mais font la différence.

Miser sur le bouche-à-oreille

Si les bonnes adresses se repassent, il en est de même pour les mauvaises ! Soignez vos clients autant que vos prestations !

Le chiffre

72 %

Près des trois quarts des Français (72 %) manifestent leur préférence pour le shopping en magasin plutôt que sur Internet, plébiscitant sa dimension humaine et la possibilité d'accéder directement aux produits, selon un sondage Ipsos. Selon cette enquête réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 1009 personnes, les Français restent très majoritairement attachés à la convivialité des expériences dans la « vraie vie ». Le premier atout des boutiques reste leur côté vivant et leur dimension humaine, cités par respectivement 92 et 91 % des Français, juste devant la qualité de l'accueil (88 %).
Source : sondage Ipsos, avril 2013

Ils grimpent, ils grimpent, les vélos à assistance électrique (VAE) Moustache, propulsés par la passion indéfectible de leurs dirigeants, Manu et Greg, qui, en quatre années se sont imposés sur le segment haut de gamme du VAE : 5 000 Moustache produits et vendus en 2014. Quand le commercial et le technicien roulent en tandem, l'entreprise gagne…

QUI SOMMES-NOUS ?

Manu Antonot et Greg Sand
Moustache Bikes
9 rue du Colonel Demange
88190 Golbey
Tél. : 03 29 37 58 65
Effectif : 22 salariés
www.moustachebikes.com

Manu Antonot et Greg Sand - Épinal (88)

MOUSTACHE EN **PLEINE ASCENSION**

Passée de 5 personnes pour 1 000 vélos en 2012 à 22 salariés et 5 000 vélos en 2014, la start-up Moustache Bikes, située dans les Vosges, affiche une belle ascension. Sur un marché aussi encombré que le vélo, dans un domaine très technique et face à des géants qui importent leurs modèles de Chine : c'est une véritable prouesse ! Tout a commencé en 2010. Emmanuel Antonot, passionné de vélo et responsable produits et R&D des cycles Lapierre pendant 11 ans, quitte son employeur pour développer un projet qu'il mûrit depuis quelques mois : créer une gamme de vélos à assistance électrique « fun », capables de séduire aussi bien les sportifs que les urbains, les jeunes et les moins jeunes. Un pari « gonflé » si on considère que le VAE est alors « boudé » par les Français, qui lui trouvent un air peu « conquérant ». Manu, par sa propre expérience, est au contraire *« convaincu que le VAE est une opportunité incroyable ! Il rend l'usage du vélo plus simple, plus facile. Il permet de rouler plus loin, en s'amusant à découvrir le monde »*.
Pour « doper » le VAE, il veut développer *« des produits différents, performants, amusants, esthétiques et plus contemporains »*. Le projet dans les cartons, il souhaite créer son entreprise. Il rencontre alors un autre passionné de vélo, Grégory Sand, formation gestion/commerce, responsable export pendant 7 ans dans une PME, à la recherche d'une entreprise à reprendre. Greg croit à fond au projet de Manu. Ils se lancent ensemble dans l'aventure. Une aventure où rien n'est laissé au hasard : le parcours est soigneusement tracé et balisé, avec l'appui d'experts et de partenaires et les expériences fortes des deux dirigeants trentenaires.

SORTIR DU CADRE

Face aux produits de masse importés de Chine qui envahissent les routes françaises, ils font le choix inverse : innovation technique/design/ergonomie au service de l'utilisateur, développement de produits durables, partenariat avec Bosch, géant allemand de l'électronique *« qui partage les mêmes valeurs »*. L'entreprise assure la partie recherche et développement, du design à la conception 3 D et l'assemblage de ses vélos. La fabrication des pièces est sous-traitée à l'échelle mondiale (Europe, Japon…) auprès d'entreprises très pointues avec lesquelles Manu travaillait auparavant et qui sont en mesure de contribuer à la haute qualité des engins. Leurs vélos *« bénéficient d'un cadre soigné dans les formes et les détails et d'accessoires conçus en harmonie avec le cadre. Ils ont une identité visuelle forte grâce au guidon "moustache" remis au goût du jour pour une position naturelle et sécurisante »*. Au point de devenir carrément le nom de la marque ! Dès le premier Salon professionnel en septembre 2011 à Paris, les « Moustache » tapent dans l'œil des spécialistes et des médias. Les essais achèvent de convaincre les intéressés. Greg prend sa camionnette pour expliquer aux détaillants dans toute la France leur nouveau concept de VAE à haute valeur ajoutée qui comblent tous les publics. Le réseau adhère. La gamme grandit…

Greg et Manu ont remis la moustache à la mode !

© LUC BERTAU

PLACE AUX **EXPERTS**

ILS RÉUSSISSENT CAR ILS SONT TRÈS COMPLÉMENTAIRES

© CMA 88

Valérie Jambert, conseillère économique à la CMA Vosges.

Un projet d'entreprise, c'est d'abord une histoire d'hommes. En l'occurrence, dans le projet Moustache Bikes, l'association des dirigeants est fondamentale : elle s'est traduite par la complémentarité des compétences pour une passion commune, le vélo. C'est aussi une démarche éprouvée, de l'idée au projet : y croire, s'en imprégner, définir une stratégie, être à l'écoute de son environnement, décider et faire des choix commerciaux, techniques, financiers..., décliner les actions à mener sur tous les fronts, définir les moyens pour arriver à ses fins... sont autant d'incontournables qui vont permettre d'exprimer toute sa créativité dans un cadre formalisé et performant. Une certaine alchimie se dégage de l'entreprise. Les dirigeants font évoluer de façon notable leur projet grâce à des combinaisons gagnantes telles qu'une stratégie de conquête de marché vers une cible de choix, une créativité sans frontière associée à une démarche permanente d'amélioration des performances, une communication soignée pour un produit haut de gamme, un process industriel pour des produits « uniques » aux yeux du client, des indicateurs de suivi, commerciaux et financiers... Comme à vélo, l'équipe de Moustache Bikes a su trouver un juste équilibre.

Leur truc en plus

Dans le projet Moustache Bikes, l'association des dirigeants est fondamentale : elle s'est traduite par la complémentarité des compétences pour une passion commune, le vélo.

ILS RÉUSSISSENT CAR ILS FONT PREUVE D'AUDACE

© DR

Jacques Sourdot, expert-comptable à Saint-Dié-des-Vosges.

La réussite de Moustache tient à trois facteurs clés :

- **L'audace :** Le marché français du vélo est en recul depuis 2005 et le VAE ne décolle pas. C'est la crise, on achète chinois et bas de gamme. La concurrence est de taille internationale. Face à cela, deux passionnés lancent un produit Made in France, haut de gamme, au nom très tendance. Ils font le pari que le VAE a un énorme potentiel en France et dans le monde. Cette audace typiquement française, parfois à contre-courant, est payante.
- **L'innovation :** À partir de produits traditionnels, ils apportent de l'innovation technique et visuelle. Ils proposent des produits nouveaux, au design soigné, pour des publics et des usages différents. Leur technologie est en avance sur la concurrence.
- **Le professionnalisme :** Les fondateurs, professionnels confirmés et complémentaires, travaillent leur image, connaissent bien le marché, créant un réseau commercial adapté de spécialistes reconnus. Les produits sont aboutis et les fournisseurs choisis parmi les meilleurs au monde. Ils savent convaincre les banquiers, motiver le personnel et s'entourer de conseils extérieurs afin de maîtriser l'évolution de l'entreprise en développement.

À VOUS DE JOUER !

Miser sur le marketing

Cette capacité à devancer les envies et besoins des utilisateurs et à les traduire techniquement et visuellement permet à Moustache de garder une longueur d'avance. *« Il faut comprendre le marché, mettre les produits en cohérence. Il y a un sens autre que le marketing : on est des utilisateurs. Innover, c'est se remettre en question sans arrêt ».* Chaque nouveau modèle répond aux attentes et contribue à asseoir l'expertise de Moustache Bikes dans l'opinion, avec des distinctions remarquables : Grand Prix Vélo de Ville Assistance Électrique, Eurobike Awards… Emmanuel assure personnellement le marketing et la communication, autour d'un univers très personnel et authentique : les deux dirigeants racontent leur aventure au fur et à mesure des « saisons » (comme dans les séries), en remerciant les utilisateurs *« acteurs du développement de Moustache »*, les partenaires et les salariés. La marque « Moustache Bikes », bien reconnaissable, est *« porteuse de valeurs, responsable, innovante, contemporaine, tournée vers l'avenir ».*
Aujourd'hui, les grosses entreprises perdent le contact direct avec le client et cherchent à le connaître à coup (coût) d'études marketing pour comprendre ses évolutions, puis à le convaincre via des communicants. Vous, chefs d'entreprise artisanale, vous êtes des passionnés. Votre client apprécie votre authenticité. Mettez cela en avant, mais restez attentifs à tous les petits signes qu'il vous transmet pour faire évoluer vos produits et répondre à ses envies. Utilisez votre expertise non pas pour montrer à ce client que vous connaissez votre métier, mais pour l'aider à concrétiser ses idées.

Les 3 points clés

Être à l'écoute des clients et du marché
Rester en veille constante et à l'écoute de son environnement est nécessaire dans un marché de niche basé sur des technologies de pointe.

Communiquer d'une façon originale
Un site soigné, une communication décalée et un univers très distinctifs sont de bonnes façons d'interpeller l'opinion et de créer une image de marque.

Se donner les moyens de réussir
Faire appel à des partenaires et à des experts légitimes permet de pérenniser une entreprise, d'innover intelligemment et d'être toujours à la pointe.

L'anecdote

La bénédiction de Philippe Starck

© P. STARCK - MOUSTACHE BIKES

Parmi les événements qui ont marqué les deux dirigeants, il en est peu banal. *« Sur un salon, Philippe Starck s'arrête devant notre stand en déclarant :* "Tiens, c'est pas mal. C'est qui votre designer ?" *Six mois plus tard, un message de Philippe Starck sur mon répondeur »*, dit Manu. Il fait référence au salon et parle de gamme de vélos à assistance électrique. *« La vôtre paraît extrêmement intéressante. Je voudrais acheter deux de vos produits. »* Le designer et les dirigeants de Moustache Bikes se rencontrent et discutent d'un projet : Philippe Starck voudrait produire un vélo à assistance électrique pour rouler sur le sable. *« On a travaillé comme des fous et réalisé un proto en six mois (habituellement, un à deux ans de l'idée à la pré-série). »*

© NICOLAS GUERIN

QUI SOMMES-NOUS ?

Marc Rolin
EURL Rolin (toiture, couverture, zinguerie)
4 rue de l'Abbé Julien Prévot
54470 Essey et Maizerais
Tél. : 03 83 81 92 40
Effectif : 6 salariés + le gérant

Deux atouts gagnants pour Marc Rolin, couvreur-zingueur à Essey-et-Maizerais : miser sur une adhésion à une coopérative d'achats (SCAB Lorraine) et tirer parti de l'intégration à la démarche RGE.

Marc Rolin - Essey-et-Maizerais (54)

COOPÉRATIVE D'ACHATS ET RGE : **UNE AUBAINE !**

[D]euxième génération pour l'entreprise Rolin créée par le père Yvon Rolin en 1963. Depuis la reprise par son fils Marc en 2002, l'entreprise a su faire perdurer son image tout en faisant évoluer sa société. Son chiffre d'affaires a continué sa progression grâce à une présence locale au service des collectivités et des particuliers. Pour y parvenir, Marc a misé, entre autres, sur l'adhésion à une coopérative d'achats des matériaux, mais également en l'impliquant dans la démarche Reconnu Garant de l'Environnement (RGE). Il met ainsi toutes les chances de son côté afin de pouvoir préparer l'entreprise pour la troisième génération à venir, ses quatre fils, Gaël, Pol, Enzo et Maxence, qui reprendront un jour cet héritage familial.

© LUC BERTAU

Marc Rolin sait mettre toutes les chances de son côté pour réussir !

COOPÉRATIVE D'ACHATS : ÉCONOMIES ET ENTRAIDE HUMAINE

Après une première expérience concluante à la fin des années 2000, l'entreprise Rolin rejoint la Société Coopérative des Artisans du Bois, la SCAB Vosges, qui regroupe aujourd'hui une centaine d'adhérents menuisiers et couvreurs. Après une entrée au capital de 4 200 € (pouvant être mensualisé et récupéré en cas de départ), les adhérents profitent d'économies sur les matériaux, mais pas seulement ! Un ensemble de services est proposé : location de véhicules et matériels, téléphonie, intérim, assurances, consommables, mobilier… La palette est large et permet de sérieuses économies ! *« Il suffit que j'appelle Cédric, mon acheteur technique, afin qu'il m'aiguille dans une commande ou dans l'établissement d'un devis. C'est comme si j'avais un acheteur en interne. »* Via le Net, les commandes sont possibles 24 h/24. Tous ces éléments sont un gain de temps et d'argent précieux. Au-delà de ces avantages, c'est aussi et avant tout *« une aventure humaine privilégiée, c'est ma deuxième entreprise ! »*. Le lien coopérative/adhérent est tout autre, chacun est là pour faire prospérer la coopérative, se rendant mutuellement des services lorsque cela est nécessaire et participant à la création et la vie d'un réseau. *« On s'approche de l'esprit du compagnonnage : partage et valeurs. »*

MENTION BIEN POUR LE RGE

Détenteur de la mention RGE depuis l'automne dernier, Marc Rolin affirme l'effet bénéfique de cette démarche. *« Clairement, RGE nous a apporté du chiffre d'affaires en plus. Depuis six mois, un devis sur deux intègre dorénavant un chantier d'isolation. C'est une bonne surprise ! »* L'entreprise a pu récupérer ainsi des parts de marché. Des formations commerciales ont également permis de renforcer son argumentaire de vente, en plus de l'incitation au crédit d'impôt de 30 %. Voici un ensemble cohérent d'outils pour continuer à faire prospérer son entreprise.

PLACE AUX **EXPERTS**

IL RÉUSSIT CAR IL OPTIMISE SES ACHATS ET MISE SUR LA RGE

Marc Rolin a aujourd'hui suffisamment de recul pour pouvoir affirmer que l'adhésion à une coopérative d'achats est une excellente solution pour faire des économies. Cependant, il n'a pas mis tous ses œufs dans le même panier. Il continue à travailler avec ses négoces habituels proches géographiquement. Les deux systèmes ont leurs avantages et méritent de coexister. Même si, côté relationnel humain, la palme est largement remportée par les coopératives. Toujours dans un esprit d'ouverture, l'entreprise a engagé une démarche volontaire pour orienter ses prestations vers un marché porteur : l'efficacité énergétique dans la rénovation.
Elle a donc intégré la démarche Reconnu Garant de l'Environnement dès le printemps 2014. Une fois que tout le monde aura cette mention, véritable levier pour la montée en compétences, les entreprises du bâtiment auront une base commune. Mais pour se démarquer en rénovation thermique, il faudra aller au-delà à l'avenir pour atteindre des performances élevées. Au-delà du crédit d'impôt, et des autres dispositifs financiers de RGE, les clients commencent à voir cette mention comme un gage de qualité. L'entreprise Rolin y voit une belle opportunité de développement.

© CMA54

Nadine Bertrand, chargée de développement économique, conseillère environnement à la CMA 54.

Son truc en plus

Sans un esprit d'ouverture, l'entreprise a engagé une démarche volontaire pour orienter ses prestations vers un marché porteur : l'efficacité énergétique dans la rénovation.

IL RÉUSSIT CAR IL A INVESTI DANS UN PROJET COLLECTIF

Souscrire à une coopérative d'achats permet à l'artisan qui y adhère de mettre en avant et d'optimiser son offre autour de son savoir-faire, en le déchargeant du travail relatif aux achats : demande de devis, relances, commandes, délais de livraison... Cette dynamique de réseau et de coopération offre de nombreux atouts !
Marc Rolin y a vite trouvé son intérêt pour son entreprise. Mutualisation des moyens et des savoir-faire, collaboration avec d'autres membres, outils informatiques de chiffrages et commandes disponibles 24 h/24, accompagnement technique notamment dans les domaines de la veille et de la formation et intérêts économiques sur les charges de l'entreprise. Il conserve sa totale indépendance dans l'exploitation de son entreprise et décide collectivement de règles communes en vue de partager et d'exploiter au mieux les services et projets communs. Nous avons créé autour de nous de fortes valeurs comme la solidarité, la volonté de progresser ensemble et la mutualisation. Nous visons un haut degré de satisfaction de nos adhérents... et ils nous le rendent bien !

© DR

Julien Pierrat, chargé de mission environnement à la SCAB Lorraine.

Séduire la clientèle grâce au groupement

Une exigence forte de la clientèle est d'avoir un interlocuteur unique, tout particulièrement dans le domaine du bâtiment ! Cette exigence se manifeste aussi bien chez les particuliers dans le cadre de leurs chantiers de rénovation, que dans le cadre d'appels d'offres. Dans ce dernier cas, la formule du groupement d'entreprises permet d'ailleurs plus facilement de remporter le marché. Aujourd'hui, il existe des groupements d'entreprises du bâtiment en Lorraine, mais souvent non formalisés. L'existence de ces groupements est une très bonne chose, à cultiver et à faire évoluer ! Des formules de groupements d'entreprises formels sont imaginables, avec suffisamment de garde-fous et d'indépendance pour convaincre nombre de professionnels. En effet, dans le cadre de l'efficacité énergétique des travaux de rénovation, il est indispensable de raisonner en termes d'offre globale. Ainsi, chaque corps de métiers aura l'occasion, tour à tour, de réaliser des prestations et de renvoyer la balle vers ses collègues spécialisés dans d'autres domaines, quand l'occasion se présentera. Et, pour le passage à l'acte, votre Chambre de Métiers et de l'Artisanat peut vous accompagner.

Les contacts

Retrouvez toutes les coopératives d'achats des artisans du bâtiment sur **www.orcab.coop**

À VOUS DE **JOUER !**

Gagner en efficacité par la mutualisation

C'est bien connu, l'union fait la force. Les entreprises artisanales n'échappent pas à ce principe, et heureusement !

En se réunissant au sein de collectifs ou de groupements d'achats, les entreprises peuvent par exemple baisser leurs factures. Qu'il s'agisse de fournitures de matériel, de services, voire de fourniture d'énergie. Le fait de se regrouper pour acheter permet de négocier parfois considérablement les tarifs ! De plus, l'adhésion à un tel système donne à l'entreprise l'occasion d'élargir son cercle de connaissances professionnelles.

Mais il y a d'autres façons pour les artisans de gagner en force et en efficacité, en se regroupant. La mise en commun de certaines compétences peut être intéressante. Il s'agit dans ce cas d'employer de façon partagée une personne dans un poste qui ne représenterait pas un temps plein dans l'entreprise, et qui ne pourrait donc pas donner lieu à une embauche classique. Il peut s'agir par exemple d'un emploi de secrétariat, d'un responsable hygiène-sécurité, d'un acheteur ou encore d'un technico-commercial. Pensez-y !

Les 3 points clés

Etre à jour en termes de labels

Même si l'obtention de labels peut vous paraître fastidieuse, ils peuvent devenir de véritables arguments de vente et faire gonfler votre chiffre d'affaires.

Adhérer à un groupement d'achats

Si votre profession le permet, intégrer ces dispositifs permet de faire de réelles économies et d'accéder à de nouveaux marchés.

S'orienter vers un marché porteur

Percevoir l'air du temps, rester en veille constante dans votre domaine d'activité vous permettront de pérenniser votre entreprise.

L'investissement est la pierre angulaire de la stratégie de l'entreprise HCT. Une orientation vertueuse qui impacte sur toutes les composantes de la SARL qu'elles soient organisationnelles, humaines, technologiques ou commerciales…, avec une obsession, toujours maintenir une longueur d'avance.

QUI SOMMES-NOUS ?

Sébastien Harquin
SARL HCT (maçonnerie, façade, terrassement)
Rue de la Chapelle
55130 Houdelaincourt
Tél. : 03 29 89 75 56
Effectif : 20 salariés

Sébastien Harquin - Houdelaincourt (55)

TOUJOURS UNE **LONGUEUR D'AVANCE**

C'est toujours en autofinancement que la SARL HCT investit chaque année près de 200 000 € dans des technologies, des équipements ou des nouveaux procédés. L'objectif : être plus compétitif que ses concurrents. La formule est un savant mélange de gain de productivité, d'innovation et de réduction de la pénibilité pour les salariés. L'ingénieur et dirigeant, Sébastien Harquin, est maître en la matière pour composer des formules qui permettent à l'entreprise de se créer des marges de négociation commerciale beaucoup plus souples.

Il y a près de dix ans, HCT était la seule entreprise de l'Est de la France à maçonner des agglos rectifiés fixés avec une colle haute performance. Il gagnait un salarié, 20 à 30 % de productivité et réduisait considérablement la pénibilité du travail. Plus récemment, ce féru d'innovation faisait l'acquisition d'une station d'implantation pour traduire in situ les plans des architectes reçus en format informatique. On citera également l'achat d'une tronçonneuse à scier les murs, un système de fusées pour créer des réseaux sans terrasser, une micro-pelle pour casser les dallages des bâtiments et supprimer l'usage particulièrement éprouvant du marteau-piqueur. Et bientôt l'acquisition d'une micro-pelle électrique pour s'affranchir de l'installation d'aérateurs dans les espaces confinés.

« Tout ce qui fait évoluer la productivité en atténuant la pénibilité est bénéfique. Quand un salarié est moins fatigué, il travaille mieux », explique Sébastien Harquin. De solides atouts pour renforcer l'attractivité du métier et fidéliser ses salariés. *« 80 % de notre effectif a plus de 12 ans d'ancienneté »*, précise-t-il.

Les investissements sont toujours accompagnés d'un plan de formation situé de préférence pendant la période hivernale. Le dernier en date était consacré au désamiantage. *« Peu d'entreprises ont des salariés qualifiés dans ce domaine »*, ajoute-t-il.

© LUC BERTAU

Sébastien Harquin s'est bâti une solide réputation dans son domaine.

Une réussite basée sur une modernisation permanente et sans un centime de publicité dépensé. Pas davantage de site Internet. La qualité des ouvrages réalisés semble être à l'origine de cette solide notoriété.

Les investissements de la HCT ont bénéficié des soutiens de la Carsat, du GIP objectif Meuse, de l'OPBTP du Conseil Général de la Meuse et du Conseil Régional de Lorraine.

PLACE AUX **EXPERTS**

IL RÉUSSIT CAR IL SAIT INVESTIR QUAND C'EST NÉCESSAIRE

© CMA55

Sylviane Varnier, chargée de développement économique à la CMA 55.

L'entreprise HCT développe une politique permanente et régulière d'investissement depuis de nombreuses années ce qui lui permet de se positionner toujours correctement sur le marché avec du matériel de pointe et des procédés de haute technologie. Le fait d'investir est un gage de sérieux et de crédibilité par rapport aux architectes, partenaires, prescripteurs et clients. C'est aussi l'image de l'entreprise, de son professionnalisme, de son sérieux, de son état d'esprit et de sa fiabilité. Sébastien Harquin l'explique parfaitement : l'investissement est un facteur de pérennisation de l'entreprise. Elle évolue et s'adapte à toutes les contraintes, comme celle de la RGE, mais aussi à l'évolution des marchés et de la concurrence. Et puis l'investissement dans l'entreprise HCT offre, et il faut le souligner, un véritable confort de travail pour ses salariés tout en élevant la performance économique. Il est clair que cette politique permet de conserver et de faire évoluer les compétences au sein de la société. Dans l'artisanat plus qu'ailleurs, disposer d'un capital de compétences et d'expérience est une vraie valeur ajoutée.

Ce qu'il faut retenir…

Le fait d'investir est un gage de sérieux et de crédibilité par rapport aux architectes, partenaires, prescripteurs et clients.

UN INVESTISSEMENT RÉFLÉCHI SUPPOSE CERTAINS PRÉALABLES

© DR

Antoine Véron, expert-comptable à Bar-le-Duc, commissaire aux comptes, associé Yzico.

Dans la mesure où nous n'avons pas de visibilité sur un éventuel retour de la croissance, je conseille aux entreprises d'être prudentes lorsqu'elles envisagent d'investir. Quand un client me consulte pour un investissement envisagé, je vérifie avec lui certains préalables, comme l'identification du potentiel du marché visé. Il convient ensuite ensemble d'évaluer si l'investissement va permettre d'améliorer la productivité ou d'atteindre le chiffre d'affaires nécessaire pour couvrir les charges liées à l'investissement. Le dernier préalable concerne le mode de financement. Si l'entreprise autofinance son investissement, elle doit faire attention à ne pas se démunir de sa trésorerie. La trésorerie étant le nerf de la guerre, elle peut permettre à l'entreprise de pallier ses baisses d'activité ; n'écartons pas le fait que certaines entreprises existent encore aujourd'hui parce qu'elles ont composé avec leur trésorerie. Cela étant, le niveau des taux d'intérêt actuellement est tel qu'il vaut mieux emprunter et conserver sa trésorerie.

À VOUS DE JOUER !

Investir pour ne pas subir

Une entreprise qui n'investit pas s'expose forcément à des risques et peut, à terme, être menacée. Investir, c'est aussi maîtriser son activité et son devenir, ne pas subir le marché et son évolution. À minima, c'est encore ne pas être à la merci des caprices de moyens de production ou de véhicules vieillissants et défaillants.

L'investissement a des effets sur l'ensemble des composantes de l'entreprise. En termes d'image, de développement, d'organisation voire de fidélisation de ses salariés et de sa clientèle.

Il doit toujours être pensé sous l'angle stratégique comme nous le rappelle Antoine Véron, expert-comptable. La période incite à la prudence. Le niveau des taux d'intérêt favorise l'emprunt pour conserver sa trésorerie. Encore faut-il être relativement sûr de réaliser un chiffre d'affaires qui permettra de l'amortir.

Des subventions sous forme de primes ou d'aides peuvent accompagner un investissement et vous offrir des marges de manœuvre plus importantes. Renseignez-vous auprès des agents de développement économique de vos Chambres de Métiers et de l'Artisanat.

Les 3 points clés

Savoir se situer sur le marché

Investir n'est pas une fin en soi, il faut s'assurer en amont des bénéfices qui en découleront, que le moment est propice et que votre situation financière vous le permet.

Miser sur le capital humain

Investir, cela peut se faire aussi envers vos salariés… Un confort de travail, de bonnes conditions au quotidien encouragent votre équipe à se dépasser… et aussi à rester !

Prendre le temps de se renseigner

Banquiers, experts-comptables, conseillers économiques de la CMA… N'hésitez pas à les contacter avant d'engager une grosse somme d'argent !

Le chiffre

32 %

32 % des entreprises artisanales envisagent un développement de leur entreprise dans les deux ans à venir.

Source : Opale (Outil de Prévision de l'Artisanat en Lorraine) | www.crmalorraine.fr

Les contacts

Les primes et aides à l'investissement sont multiples et surtout soumises à conditions. Le plus simple reste encore de contacter votre Chambre de Métiers et de l'Artisanat. Elle vous informera sur les différentes possibilités de financements et vous accompagnera, le cas échéant, pour constituer votre dossier de demande de financements. Sur la toile, le portail www.entreprenezenlorraine.fr, réservé aux entreprises lorraines, offre également une mine d'informations et de liens sur les soutiens à l'investissement.

[+ d'infos :

- Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Meurthe-et-Moselle
Tél. : 03 83 95 60 60
chambre-metiers@cm-nancy.fr
- Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Meuse
Tél. : 03 29 79 20 11
t.boutillot@cma-meuse.fr
- Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Moselle
Tél. : 03 87 39 31 00
- Chambre de Métiers et de l'Artisanat des Vosges
Tél. : 03 29 69 55 55 **]**

QUI SOMMES-NOUS ?
Fabrice Dumay
Chocolatier
138 rue de Vallières
57070 Metz
Tél. : 03 87 16 65 90
Effectif : 6 personnes
www.chocolaterie-dumay.fr

À 42 ans, Fabrice Dumay est un épicurien dont l'obstination et la joie de vivre sont palpables dès la première rencontre. Mieux, elles sont contagieuses et semblent être la clé de sa réussite. Mais pas seulement. Plongée dans son univers de chocolatier…

Fabrice Dumay - Metz-Vallières (57)

L'OPTIMISME MOSELLO-VOSGIEN

Se rendre chez un chocolatier à quelques encablures des fêtes de Pâques, c'est un peu comme se rendre dans les ateliers du Père Noël. Le lieu regorge de surprises et des lutins s'affairent pour le plaisir de celles et ceux qui se verront offrir les présents en préparation.

UNE FORMATION INITIATRICE

Aux manettes, Fabrice Dumay coordonne son équipe de chocolatiers. Des lapins prennent vie à droite, des œufs se garnissent d'une ganache à gauche, des poules se chargent de fritures chocolat noir-lait-blanc-blond-orange un peu plus loin. Chaque geste semble avoir été étudié de telle sorte qu'une grande sérénité se dégage dans une période pourtant réputée intense pour ces professionnels. Il faut dire que notre chef d'entreprise de 42 ans a déjà emmagasiné une belle expérience qui lui sert aujourd'hui dans le développement de son entreprise.
D'origine vosgienne, il s'est très tôt tourné vers le métier en passant un CAP puis un brevet de maîtrise et en choisissant judicieusement ses formateurs. Tout d'abord, le Président des chocolatiers du département, puis transition météorologique et professionnelle radicale à Châteauneuf-du-Pape où il va apprendre à coordonner vins et chocolat. Le destin de notre artisan est en marche et la volonté de devenir son propre patron s'impose à lui jour après jour…

PROFESSIONNELS ET PARTICULIERS

Ce sera à Marseille, Genève, Lyon, Gérardmer ou… Metz, finalement. Au hasard d'une petite annonce, il remonte dans l'Est visiter le local et prend conscience du potentiel. Avec son épouse, ils quittent le Vaucluse et s'installent en 2010 à Metz. Les premières semaines sont hasardeuses : *«Certains jours nous n'avions aucun client au magasin. Mais vu que nous avions gardé un bon contact avec un commercial en chocolats sur Paris, nous avons pu démarrer l'activité »*, explique Fabrice Dumay. Ainsi la première année, le CA s'établit selon un ratio de 80 % de commandes professionnelles et de 20 % de ventes en boutique. Cinq ans plus tard, le rapport de force s'est inversé puisque la balance est de 45 % contre 55 %, avec près de 50 clients parisiens qui lui commandent régulièrement des produits. Entre-temps, l'artisan a su conquérir une clientèle qui ne cesse d'augmenter par le biais du bouche-à-oreille. Pas d'investissement en publicité, mais un rapport qualité/prix remarquable permet à son entreprise de poursuivre son ascension. Ajoutez à cette recette du succès la volonté d'innover. Par exemple, ce travail mené avec une ingénieure et vous obtenez un CA en hausse constante : *« Pour les chardons lorrains, nous passions 15 heures à deux personnes pour préparer 4 000 pièces. Avec cette innovation, nous mettons 45 minutes! »*, se régale Fabrice. Ce process de fabrication et ce produit ont d'ailleurs séduit la CMA 57 et le Conseil général de la Moselle qui lui ont décerné en 2014 le label « Produit Moselle Passion ». Ainsi, au fil des mois, notre chef d'entreprise a su multiplier par cinq son chiffre d'affaires annuel… Vous reprendrez bien un chocolat? Humm, fameux!

Fabrice Dumay prouve que l'obstination finit toujours par payer.
© LUC BERTAU

PLACE AUX **EXPERTS**

IL RÉUSSIT CAR IL A SU ALLER À LA RENCONTRE DE SES CLIENTS

L'entreprise de Fabrice Dumay possède beaucoup de qualités comme un emplacement idéal en bord de route avec un passage régulier toute la journée. Ce local de 280 m² a une bonne visibilité et c'est un atout majeur. D'autre part, ce chef d'entreprise a réinvesti 170 000 euros l'année dernière pour le moderniser et offrir une surface de vente très moderne et conviviale. C'est un endroit chaleureux où l'on se sent bien, propice à la vente. Ensuite, les produits sont de très bonne qualité et l'accueil client très soigné, personnalisé, avec la possibilité de réaliser des produits sur mesure. Les débuts n'ont pourtant pas été faciles ! Fabrice Dumay venait d'une autre région et il a dû se faire connaître, être patient. Il n'a pas hésité à aller à la rencontre du public en participant à des salons, en organisant des dégustations aux Galeries Lafayette de Metz, en proposant des animations dans les écoles ou encore en tenant des stands au Salon du chocolat et la Foire Internationale de Metz. Tout cela a fini par payer !

© CMA57

Stéphanie Meyer, conseillère entreprise à la CMA 57.

Son truc en plus

Fabrice Dumay n'a pas hésité à investir 20000 euros pour créer une machine qui lui permet aujourd'hui de gagner un temps de productivité considérable et de vendre ses chardons lorrains dans la France entière.

IL RÉUSSIT CAR IL A MÛREMENT RÉFLÉCHI SES INVESTISSEMENTS

La progression du chiffre d'affaires de l'entreprise de Fabrice Dumay est en partie liée à l'innovation, ce qui ne me surprend pas. Les artisans qui sont créatifs, qui innovent, finissent par être un jour ou l'autre récompensés de leurs efforts. Fabrice Dumay n'a pas hésité à investir 20000 euros pour créer une machine qui lui permet aujourd'hui de gagner un temps de productivité considérable et de vendre ses chardons lorrains dans la France entière. Mais, à une moindre échelle, il a aussi réfléchi sur la création d'un outil tout basique qui lui permet de travailler deux chardons en même temps là où avant il devait le faire un par un. L'innovation n'est pas qu'une question d'argent. Ce genre de démarche est accessible à tous les artisans. L'innovation se niche dans les produits, les procédés, mais aussi dans les services proposés, dans l'organisation. Toute entreprise artisanale peut innover. Il faut que chaque artisan en prenne conscience. Les CMA en ont fait un axe majeur du service qu'elle apporte aux entreprises. Il suffit de les contacter pour qu'elles engagent avec elles cette démarche.

© CMA57

Carole Chobaut, conseillère innovation à la CMA 57.

Le chiffre

20 000 €

C'est la somme que Fabrice Dumay aura investie pour inventer une machine qui lui permet aujourd'hui de faire en 45 minutes ce qu'il faisait hier en 15 heures... Une innovation qui lui permet aujourd'hui de vendre dans la France entière et qui a contribué à multiplier par cinq son chiffre d'affaires.

Les contacts

RDI

Le Réseau de Développement de l'Innovation (RDI) aide les entreprises à trouver les compétences scientifiques ou techniques qui leur permettront de faire évoluer leurs produits, services ou modes d'organisation. Souvent, les PME ont besoin d'un apport de compétences extérieures pour mener à bien leur projet. Le rôle du RDI est d'abord de détecter ces projets en s'appuyant notamment sur les chambres consulaires puis de les accompagner vers tel ou tel partenaire académique: laboratoires universitaires, centre de transfert de technologie, etc. Dans chaque département, un comité de coordination détecte les projets d'innovation et les accompagne vers le centre de compétences adapté.

Iseetech

L'Institut Supérieur Européen de l'Entreprise et de ses Techniques (Iseetech) a été créé dans la perspective de renforcer le partenariat entre les établissements d'enseignement supérieur, de recherche et de transfert et les entreprises, sur le territoire mosellan. Il s'adresse aux entreprises qui désirent créer un produit nouveau, optimiser leurs moyens de production, accroître leurs performances par le management et la connaissance de leur environnement et intégrer une démarche prospective.

[+ d'infos: www.entreprenezenlorraine.fr]

À VOUS DE JOUER !

Innover pour se développer

Si les entreprises artisanales sont souvent détentrices d'un savoir-faire traditionnel constitutif de leur identité et participant de leur succès commercial, elles doivent aussi intégrer les innovations pour rester compétitives. Elles peuvent s'engager dans cette démarche en s'appropriant de nouvelles technologies, en s'adaptant aux nouvelles normes en vigueur, en saisissant de nouvelles opportunités de marché, en créant de nouveaux produits et services, en développant de nouvelles formes de partenariat, d'organisation du travail, de promotion de leurs produits et services...

L'innovation n'est pas l'affaire de quelques entreprises initiées, au contraire, elle implique tous les chefs d'entreprise qui cherchent des clés pour se différencier, se préparer à conquérir les marchés du futur ou tout simplement s'adapter et faire face aux changements de l'environnement, des concurrents ou des clients, mais aussi mieux mobiliser ses salariés, se donner des marges pour exporter, etc.

Les Chambres de Métiers et de l'Artisanat sont les interlocuteurs privilégiés pour les artisans qui souhaitent innover. Elles travaillent au quotidien avec de multiples organismes dont le métier est justement de vous accompagner. N'hésitez pas à en parler avec le conseiller entreprise de votre CMA.

Les 3 points clés

Etre aux petits soins avec ses clients

Particuliers comme professionnels, il faut toujours être à l'écoute de sa clientèle, la choyer et savoir proposer du sur-mesure.

Veiller à la qualité de ses produits

Il n'y a pas de réussite sans une grande exigence dans le choix de ses matières premières. On peut tromper une fois le client. Pas deux...

S'interroger et innover

Pour progresser, il faut sans cesse se remettre en question et tenter de trouver des moyens de s'améliorer. C'est la clé de voûte de la réussite entrepreneuriale.

« Oser et doser », ce savant mélange est la recette de Stéphanie Pierrat pour faire prospérer l'entreprise de production de charcuterie créée par son arrière-grand-père en 1892. Ajoutez une bonne ration de passion, de la pugnacité et un investissement constant, tant personnel que financier, et voilà une affaire qui tourne !

QUI SOMMES-NOUS ?

Stéphanie Pierrat
Charcuterie Pierrat
Zone artisanale Rain Brice
88530 Tholy (Le)
Tél. : 03 29 61 00 10
Effectif : 48 salariés

Stéphanie Pierrat - Le Tholy (88)

LA RÉUSSITE DE PÈRE EN FILLE

[D]ire que Stéphanie Pierrat a été bercée toute petite par l'activité familiale n'est pas une image : c'est le ronronnement de l'estafette de son père, Gérard Pierrat, qui l'endormait à l'arrière du véhicule pendant les livraisons sur les routes d'Alsace-Lorraine. *« Je me réveillais quand on s'arrêtait, pour l'aider à livrer »*, se souvient-elle. En trente ans, sous l'impulsion de Gérard Pierrat et de sa fille en poste depuis vingt-six ans, la charcuterie de l'arrière-grand-père est passée de 7 à 48 salariés (avec encore 5 salariés de plus sur une activité complémentaire au Tholy et au Val d'Ajol). Stéphanie ne pensait pourtant pas « incarner » la 4e génération à la tête de la charcuterie. Elle voulait travailler dans les renseignements généraux. À côté de la fac de droit, elle aidait son père à l'entreprise. *« À la rentrée 1989, je me suis rendu compte que ce travail me passionnait et je n'ai pas repris les cours »*, explique-t-elle.

Son père venait d'engager quatre ans plus tôt un tournant décisif en déplaçant la charcuterie familiale de Gérardmer vers Jussarupt, pour lui donner une nouvelle dimension, avec un atelier de 1 000 m² aux normes CE, en pointe au plan environnemental. Entré dans l'entreprise familiale à 14 ans, formé à l'école de la boucherie à Paris, c'est lui qui a choisi d'orienter, dans les années 50, l'activité du petit atelier de son grand-père, Émile, et de son père, Joseph, vers la production pour les grandes surfaces qui faisaient leur entrée dans le paysage commercial. Il a embauché un agent commercial pour développer l'implantation des produits. La charcuterie Pierrat comptait alors trois salariés. Stéphanie a pris la succession de son père en 2005, après 16 années d'expérience à tous les postes et des formations en gestion et commerce. Elle a racheté toutes les parts pour être indépendante et pouvoir engager de nouveaux projets ambitieux sans mettre sa famille en danger. Car dès 2006, le site de Jussarupt s'avérant trop petit, il faut envisager un nouveau déménagement. *« J'ai monté plusieurs projets infructueux de 2005 à 2010, c'était très décourageant »*, confie-t-elle, mais sa fibre d'entrepreneuse et sa volonté de pérenniser l'entreprise familiale lui ont permis de prendre le dessus. La chance lui sourit au Thloy en 2010. La conjoncture n'est plus aussi propice, mais Stéphanie saute le pas. Onze mois plus tard, le nouveau site d'une surface 3 500 m² voit le jour, intégrant l'atelier de production, un magasin pour la vente directe et une salle de séminaire. *« Je ne regrette absolument pas cet investissement (j'ai investi 100 % du chiffre d'affaires). Il faut savoir oser. Et doser »*, dit-elle car chaque décision est réfléchie pour être à la mesure des possibilités de l'entreprise. *« Nous avons toujours été économes et nous avons toujours tout réinvesti pour avancer. »* Aujourd'hui, grâce à cette politique, la charcuterie Pierrat s'inscrit encore dans la durée, pour longtemps, sans jamais sacrifier à la qualité, en attestent les médailles décrochées chaque année au Concours Général Agricole et les 18 produits agréés Vosges Terroir.

© LUC BERTAU

Stéphanie Pierrat ou une volonté d'entreprendre à toute épreuve.

PLACE AUX **EXPERTS**

ELLE RÉUSSIT CAR C'EST UNE BATTANTE !

© DR

Xavier Laburthe, expert-comptable à Saint-Dié.

Stéphanie Pierrat et son père Gérard ont développé l'affaire sans faire la moindre concession sur la qualité. Ils ont su transposer les recettes traditionnelles de la maison Pierrat à l'échelle semi-industrielle : des tâches sont mécanisées mais on reste dans de l'artisanat. Tous leurs choix obéissent à cette exigence de qualité : transformation de porc français exclusivement, filière courte au maximum, utilisation des sciures de la scierie d'en face pour fumer les viandes, installations pensées dans l'esprit du développement durable, même si cela revient plus cher. Toute la stratégie de l'entreprise est axée sur le respect de la tradition du terroir et du consommateur, et non sur le profit. Leurs produits, régulièrement primés, sont très appréciés par la grande distribution car ils représentent le fleuron de la production distribuée en grande surface. Ils sont bons et affichent une forte image « made in Hautes-Vosges » : les clients aiment. Pour suivre la demande croissante, Gérard, puis Stéphanie, se sont organisés régulièrement pour développer la production mais ils ont su maintenir ce qui fait leur succès. Ils ont raison car en prenant une autre orientation, ils n'auraient pas tenu le choc face aux géants de la charcuterie industrielle. Ils ont développé l'emploi et contribuent au rayonnement des produits Vosges dans le Grand Est et la région parisienne : une belle implication dans la vie locale. Ce sont des bosseurs, ils ne lâchent jamais, ils ont tous les deux une âme d'entrepreneur mais, ce qui les guide, c'est la fierté de faire du bon. Ils croient beaucoup en leurs produits. Je pense que la dirigeante, Stéphanie, doit souvent se dire « est-ce que mon père sera fier de moi » quand elle prend des initiatives. Elle est aussi à l'aise dans une cellule de centrale d'achats qu'au Salon de l'agriculture. Comme son père, c'est une battante.

Leur truc en plus

Toute la stratégie de l'entreprise est axée sur le respect de la tradition du terroir et du consommateur, et non sur le profit.

ELLE RÉUSSIT CAR ELLE SE REND VISIBLE GRÂCE À VOSGES TERROIR

© DR

Tatiana Demeester, conseillère agritourisme à la Chambre d'agriculture des Vosges.

La maison Pierrat privilégie son approvisionnement auprès de fournisseurs les plus proches possible d'elle dans la mesure où elle y trouve qualité et quantité. En 1996, la charcuterie présente pour la première fois des produits en commission d'agrément Vosges Terroir alliant « Tradition » avec le fromage de tête agrémenté comme d'antan de petits dés de carotte et de vin des Côtes de Toul et « Innovation » avec le jambonneau arrière cuit au foin de montagne. Ce produit novateur reste l'illustration d'un plat autrefois réalisé et remis au goût du jour avec de nouvelles techniques. Les deux produits ont séduit notre jury et ont décroché une mention. En 2006, le magasin Jolival au Val d'Ajol est agréé par la marque Vosges Terroir. Depuis, la Charcuterie Pierrat continue à présenter chaque année plus d'une dizaine de produits en renouvellement d'agrément ou en premier examen.

À VOUS DE JOUER !

Soigner son image

L'image de marque d'une entreprise se construit au fil du temps : ici, chaque génération a apporté sa pierre à l'édifice. La dirigeante en tire une vraie fierté, mais ce n'est pas facile de porter un tel héritage. Si vous avez cette chance d'être à la tête d'une entreprise qui a traversé les décennies, capitalisez sur le passé mais pensez aussi à l'avenir ! La famille Pierrat a investi régulièrement pour moderniser considérablement son outil de travail de façon à pérenniser l'affaire pour de nombreuses années. Dans le même temps, on voit bien que l'image repose sur une démarche globale de « développement durable de l'entreprise » : tout est en cohérence dans les pratiques de l'entreprise et cela renforce son image.

- **Intégration du bâtiment de 3 600 m² dans le paysage :** l'architecture rappelle la forme d'un chalet bois dans un style cosy.
- **Bâtiment propre :** grâce à un procédé unique, les fumées sont recyclées et seulement 5 % d'entre elles sont rejetés dans l'atmosphère
- **Production verte :** l'atelier de production est autonome en production de chauffage, d'eau chaude et de climatisation grâce à un procédé de récupération des calories
- **Filière courte :** l'entreprise privilégie les fournisseurs lorrains (80 % de l'approvisionnement). Les produits sont fumés avec la sciure de sapin produite par la scierie voisine.

L'entreprise a mécanisé sa production mais elle conserve ses recettes artisanales, respectant au maximum la tradition ancestrale. C'est cette politique d'ensemble qui véhicule la bonne image de l'entreprise, indispensable pour convaincre les clients… et les financeurs.

Les 3 points clés

Ne pas transiger sur la qualité

Même si cela peut revenir un peu plus cher, utiliser des matières premières de qualité et les transformer avec soin ne peuvent que vous mener à l'excellence.

Respecter la tradition

Quand on a la volonté de s'inscrire dans un terroir spécifique, il faut jouer le jeu à fond et surtout le faire savoir. Ancrer la tradition dans l'avenir, c'est payant !

Croire en ses produits

Si vous travaillez avec passion et intégrité, le produit s'en ressent. Respecter ses produits et les aimer, c'est respecter le consommateur et vous faire aimer !

Le chiffre 18

Les produits de la Charcuterie Pierrat sont régulièrement soumis à des concours et labels. L'entreprise est agréée « AIAL », Association des industries agroalimentaires de Lorraine, démarche régionale qui a pour objectif d'asseoir la notoriété des productions et savoir-faire lorrains. **18 produits sont estampillés « Vosges Terroir »**, dont plusieurs mention coup de cœur. Chaque année, des spécialités Pierrat récoltent des médailles d'or, argent, bronze au Concours général agricole du Salon de l'Agriculture.

Labels gourmands

L'agrément d'un produit à **Vosges Terroir** apporte une reconnaissance de qualité auprès des consommateurs. Cette reconnaissance est visible par l'apposition du logo sur chaque produit agréé. Forte d'une notoriété de plus de 20 ans, la marque Vosges Terroir est bien reconnue des professionnels et des consommateurs. L'entrée dans ce réseau de qualité est un moteur commercial considérable pour faire connaître sa nouvelle activité, son nouveau produit ou tout simplement assurer le développement et la pérennité de son activité de transformation.

Le label **Produit Moselle Passion**, lui, vise à promouvoir et valoriser les savoir-faire artisanaux de Moselle et à garantir au consommateur une information claire sur l'origine des produits qu'il achète et consomme.

[+ d'infos :
- www.cda-vosges.fr
- www.mosellepassion.fr **]**

Apprentissage

MISEZ SUR UN CONTRAT **GAGNANT-GAGNANT**

© FOTOLIA.COM

En 2013, le nombre de contrats d'apprentissage a connu une baisse conséquente d'environ 8 % passant de 297 300 contrats signés à 273 100. Cette situation est préoccupante pour le secteur des métiers car il s'est toujours appuyé sur la transmission du savoir-faire pour assurer son développement. C'est la raison pour laquelle, toutes les énergies doivent être mobilisées afin de redynamiser cette voie de formation originale et adaptée. L'apprentissage demeure la filière de formation menant le plus sûrement à l'emploi. C'est un contrat gagnant-gagnant pour les jeunes et les entreprises.

AVANTAGES POUR L'APPRENTI

- Acquérir une formation professionnelle et une culture générale en alternant période en entreprise et période en organisme de formation.
- Bénéficier d'un contrat de travail tout en préparant un diplôme et développer une excellente capacité d'employabilité.
- Au terme de l'apprentissage, possibilité d'embauche en CDI grâce aux capacités professionnelles acquises par le jeune (80 % des apprentis trouvent un emploi dans les six mois après leur formation).

AVANTAGES POUR L'ENTREPRISE

- L'entreprise transmet son savoir-faire, son expertise et maintient ainsi ses compétences.
- Elle peut accroître sa productivité sans alourdir ses charges.
- Elle peut bénéficier d'aides financières et d'allégement de charges pour compenser son effort de formation.
- Le chef d'entreprise anticipe et prépare l'avenir, il peut compter sur un collaborateur rapidement opérationnel.

UNE NOUVELLE LICENCE POUR LA CRÉATION-REPRISE À L'URMA

L'Université des Métiers et de l'Artisanat regroupe et coordonne l'ensemble des formations et des dispositifs proposés par les CMA de Lorraine et leurs CFA, du niveau VI (DIMA) au niveau II (licence professionnelle).

Avec la création de partenariats avec les pôles d'innovation, les grandes écoles et l'enseignement supérieur, les CMA de Lorraine à travers l'URMA proposent des formations et des diplômes en relation avec l'évolution des compétences et des qualifications attendues dans les entreprises. Parce que l'artisanat évolue sans cesse, le réseau des CMA a construit un outil de formation permettant de soutenir le développement des entreprises.

C'est dans ce cadre, en partenariat avec l'Université de Lorraine que la licence professionnelle Entreprenariat et management des petites et moyennes organisations a été créée en 2014, afin de répondre à des besoins en formation relatifs à la création et reprise d'entreprise. Celle-ci se déroule en alternance dans le cadre de contrats d'apprentissage conclus entre l'étudiant et une entreprise. Cette Licence est ouverte aux titulaires d'un diplôme à Bac+2 (BTS, DUT ou brevet de maîtrise ou de toute autre formation de niveau Bac+2 équivalente à 120 ECTS) ayant un projet de création ou de reprise d'entreprise ou de développement d'activité au sein d'une entreprise existante. Cette licence vise à doter de futurs créateurs et repreneurs de TPE/PME ou des cadres et techniciens polyvalents de haut niveau, des savoir-faire et techniques nécessaires (gestion de projet, plan de financement, études de marché...) et de la gestion d'une entreprise (comptabilité, finance, droit commercial, fiscal et social, marketing, ressources humaines).

© FOTOLIA.COM

ADMINISTRATION, SIMPLIFIEZ-V(N)OUS LA VIE

Le choc de la simplification voulu par le gouvernement est plutôt une bonne nouvelle. Son objectif est de supprimer les démarches administratives « superflues et irritantes ». L'administration entend donc se simplifier et pour cela elle ouvre un chantier participatif sur internet à travers une plateforme interactive. Les démarches, procédures, normes et formulaires de tous poils sont passés au crible. Chacun peut épingler ses bêtes noires des plus complexes aux plus redondantes et enfin proposer des idées pour simplifier. Alors profitons-en ! Les lourdeurs administratives qui pèsent sur le quotidien des entreprises font l'objet d'un chapitre bien identifié garni de nombreuses sous catégories : aménager et construire, créer son entreprise, développer son entreprise, échanger avec l'administration, employer et former, exercer son activité, importer et exporter, rebondir, reprendre, transmettre une entreprise, répondre aux obligations comptables, fiscales et sociales, répondre à un marché public... Vous pouvez déjà consulter les mesures de simplification en cours et leur avancement.

www.simplification.modernisation.gouv.fr

© FOTOLIA.COM

L'ESPACE LORRAIN S'AGRANDIT AU LOUVRE

SALON INTERNATIONAL DU PATRIMOINE CULTUREL.

Chaque année, en novembre, la Chambre régionale de métiers et de l'artisanat réserve et organise un espace dédié aux entreprises lorraines sur le Salon international du patrimoine culturel au cœur du Carrousel du Louvre à Paris. Unique en Europe, le Salon est un carrefour économique qui réunit un public connaisseur et passionné, propriétaires de biens et prescripteurs autour de la restauration et la sauvegarde du patrimoine et des savoir-faire d'excellence. Notre espace bénéficie d'un engouement lié à la notoriété des savoir-faire lorrains dont l'excellence représente de réelles opportunités économiques. Pour 2015, à la demande des exposants, nous augmenterons la surface de notre stand (de 48 m² à 72 m²) et le nombre d'entreprises participantes venues des quatre départements lorrains. Pour visualiser la vidéo de notre participation en 2015 : https://vimeo.com/112064209

Contact : Pierre-Étienne Pichon
Tél. : 0661131714 - pe.pichon@cma-meuse.fr

© CMA 55

Parution

« LES MÉTIERS DE L'ARTISANAT », UN NOUVEAU GUIDE L'ÉTUDIANT

[A]cteur de premier ordre pour l'information sur les métiers, les filières, l'orientation, *L'Étudiant* propose différents supports que les lycéens consultent pour savoir quelles études entreprendre. Quand *L'Étudiant* se penche sur les métiers de l'artisanat, c'est un fameux coup de pouce au secteur pour attirer de nouveaux publics et casser les idées reçues. Ce petit livre de 150 pages, format « poche », entraîne le lecteur dans l'univers riche et diversifié qu'est l'artisanat, avec ses multiples métiers, sa culture, loin des sentiers battus. On y chemine à partir d'un jeu de questions-réponses et de rencontres, conseils pratiques, astuces…

Un point de vue très vivant, actuel, frais, qui élargit aux étudiants et lycéens l'information sur l'artisanat et ses métiers « des plus ancestraux aux plus modernes ».

Référence : Daisy Le Corre, collection Métiers, L'Étudiant, « Les Métiers de l'Artisanat », 12,90 €. Disponible sur http://boutique.letudiant.fr/metiers.html

l'Etudiant
Nouveauté
LES MÉTIERS DE L'ARTISANAT
Des métiers dans tous les domaines : boucher, chocolatier, cuisinier, sommelier, bijoutier, horloger, luthier, plombier, carreleur, carrossier, opticien-lunetier, esthéticien, ambulancier, maquilleur artistique, ébéniste, maroquinier, modiste, paysagiste…
Des formations à tous les niveaux : du CAP au diplôme d'ingénieur
Les métiers au quotidien : témoignages d'artisans
Collection MÉTIERS

PRIX Goût et Santé de MAAF Assurances

INSCRIVEZ-VOUS AU PRIX GOÛT ET SANTÉ

MÉTIERS DE BOUCHE. Pour participer à la 13e édition de ce concours national, organisé par MAAF Assurances, les candidats sont invités à présenter leur création, sur dossier, avant le 30 avril. Parmi eux, huit finalistes auront la chance de défendre leur préparation culinaire devant un jury lors de la grande finale qui aura lieu le 5 octobre prochain au Pavillon Élysée Lenôtre. Les trois lauréats du concours recevront un chèque de 10 000 € pour le 1er prix, 7 500 € pour le 2e et 5 000 € pour le 3e.

Les candidats peuvent obtenir gratuitement le dossier de candidature en écrivant à l'adresse suivante : MAAF Assurances - Prix Goût et Santé - Communication externe - Chauray - 79036 Niort Cedex 9 ou également en le téléchargeant sur le site www.maaf.fr dans la rubrique « Professionnels et Entreprises ».

FFB

L'APPLICATION « DÉCHETS BTP »

PRATIQUE. La FFB a lancé la première application pour smartphone « Déchets BTP », téléchargeable gratuitement par tous les artisans et entrepreneurs du secteur sur Apple Store, Play Store et Windows Store.

Elle leur permet de trouver les prestataires chargés de la collecte et du traitement des déchets (recyclage, valorisation, élimination) les plus proches de leurs chantiers, notamment en se géolocalisant. Pour chaque centre, une fiche détaillée précise les coordonnées, contacts, déchets acceptés, horaires d'ouverture… L'application propose également un calcul d'itinéraires, la mémorisation des chantiers en cours ou des centres de traitement favoris. Une foire aux questions complète ces services.

À découvrir sur www.ffbatiment.fr > Médiathèque > Vidéos > Déchets BTP

Retraite

DE NOUVELLES **MESURES**

Plusieurs dispositions sont entrées en vigueur récemment en matière de retraite. Parmi les plus importantes, l'une concerne la retraite des apprentis, avec la prise en compte de la période d'apprentissage, et l'autre la retraite progressive des salariés et des non-salariés.

La loi du 20 janvier 2014 garantissant l'avenir et la justice du système de retraites a prévu de reconnaître les années d'apprentissage pour les droits à la retraite. Le décret permettant la mise en œuvre de cette mesure est paru au Journal officiel du 17 décembre 2014.
Ainsi, ce décret permet aux apprentis de valider autant de trimestres de retraite que de trimestres d'apprentissage. Aujourd'hui, en effet, les apprentis valident souvent moins de quatre trimestres au titre de la retraite, parfois même un seul trimestre par année d'apprentissage. Désormais, c'est la totalité de la période passée en apprentissage qui leur permettra de valider des trimestres. Cette mesure entre en vigueur de façon rétroactive pour les périodes d'apprentissage à compter du 1er janvier 2014.
À noter, pour les employeurs d'apprentis bénéficiant d'exonérations de cotisations, le décret précise aussi les modalités de calcul de la compensation due par l'État aux régimes d'assurance vieillesse.
Par ailleurs, le gouvernement va permettre aux assurés ayant effectué des périodes d'apprentissage avant 2014 de racheter les trimestres non validés à un tarif préférentiel.

© FOTOLIA.COM

RETRAITE PROGRESSIVE

On sait que la retraite progressive permet à un assuré de percevoir, à partir de 60 ans, une partie de sa pension de retraite tout en exerçant son activité salariée ou non salariée à temps partiel. Ce dispositif a été revu à compter du 18 décembre 2014 pour la retraite de base du régime général des salariés et pour celle du RSI (commerçants et artisans). Pour accéder à ce dispositif, les assurés doivent notamment disposer de 150 trimestres, comptabilisés dans tous les régimes de retraite. Les salariés doivent être à temps partiel pour au moins 14 heures hebdomadaires et les non-salariés doivent réduire leurs revenus d'au moins 40 %.

ARTISANS ET COMMERÇANTS : CRÉATION DE L'ACCOMPAGNEMENT AU DÉPART À LA RETRAITE (ADR)

Le RSI a mis en place un accompagnement au départ à la retraite (ADR) des artisans et commerçants, qui se substitue à l'indemnité de départ (IDD) et prend mieux en compte la situation individuelle des demandeurs.
La loi de finances pour 2015 a supprimé le dispositif de l'IDD à la retraite des artisans et commerçants. Il est remplacé depuis le mois de janvier 2015 par l'ADR, une aide financière attribuée par la commission d'action sanitaire et sociale de la caisse régionale du RSI, dans la limite des budgets disponibles, aux personnes remplissant les critères d'éligibilité. Elle a pour objet d'accompagner les travailleurs indépendants en fin de carrière se trouvant en difficulté financière. Son montant variera, selon les revenus de l'assuré, entre 7 500 € et 10 000 €. L'ADR doit ainsi permettre que la transmission des entreprises indépendantes se fasse dans de meilleures conditions.

Contact : www.rsi.fr (retraite et prévoyance)

Réponses

Vous avez un maximum de ●
VOUS POSSÉDEZ SUR VOTRE TROUSSEAU TOUTES LES CLÉS DE LA RÉUSSITE !

Vous n'êtes pas un artisan lambda mais un vrai chef d'entreprise, entrepreneur dans l'âme et visionnaire dans votre domaine. Vous êtes ambitieux, méthodique et téméraire et ne vous contentez pas du minimum syndical. Vous avez confiance en vos produits/services, en votre savoir-faire et aussi, et surtout, en vos salariés, ces derniers étant tout aussi motivés que vous pour développer et pérenniser votre entreprise. Vous êtes constamment en veille, soucieux des avancées et du potentiel de votre secteur d'activité. Ainsi, l'innovation ne vous effraie pas et vous savez oser au bon moment sans mettre en péril l'équilibre de votre trésorerie. Vous avez su faire progresser vos outils de communication en vous adressant à une clientèle toujours plus volatile et avide de nouvelles technologies. Continuez sur cette lancée et n'hésitez pas à contacter votre Chambre de Métiers et de l'Artisanat pour aller encore plus loin. Elle pourra vous renseigner sur les formations en cours ou les démarches auxquelles vous n'auriez peut-être pas encore pensé…

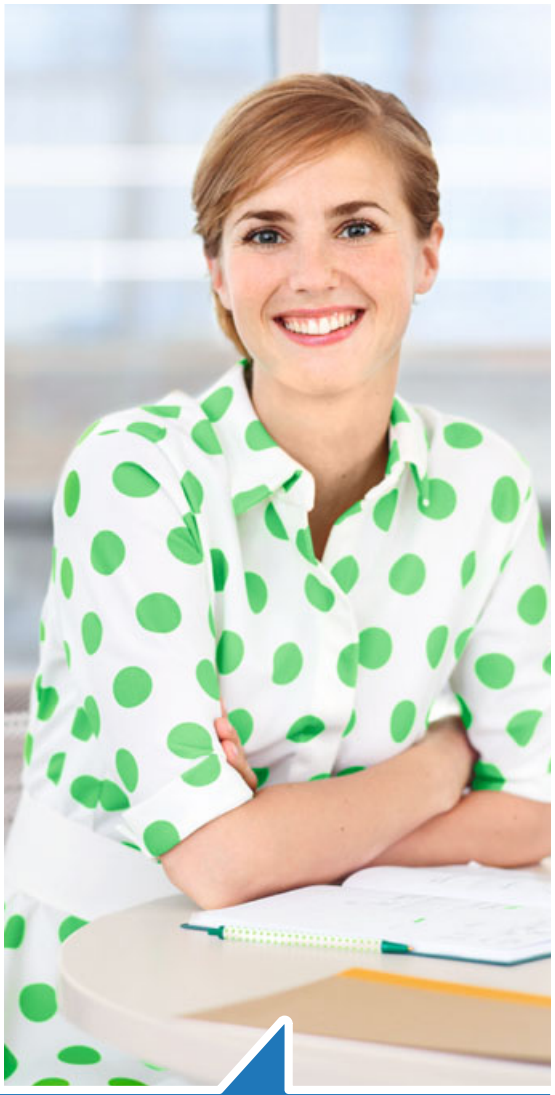
Vous avez un maximum de ■
AYEZ LE COURAGE DE FORCER LE DESTIN !

Vous êtes un artisan au sens noble du terme, travailleur et courageux. Vous êtes plein de bonne volonté, prêt à faire progresser votre entreprise mais pas au détriment de vos salariés ou de vos clients actuels. Vous avez déjà adopté quelques bons réflexes : un site Internet, un local aux normes, des labellisations en cours… mais vous êtes un peu sur la retenue quand il s'agit de sortir des sentiers battus. Innover, investir, séduire un marché de niche restent pour vous inaccessibles ou trop difficiles à mettre en œuvre. Mais, finalement, seul ce qu'on ne connaît pas peut nous effrayer. Vous êtes peut-être déjà en mesure de vous attaquer à une petite révolution interne et à dépasser les limites que vous vous êtes inconsciemment fixées ! Adressez-vous occasionnellement à la Chambre de Métiers et de l'Artisanat. Elle vous renseignera sur les différentes aides en matière d'innovation et pourra vous mettre en relation avec des organismes spécialisés dans l'accompagnement des entrepreneurs ! Lancez-vous…

Vous avez un maximum de ▲
VOUS AVEZ PERDU VOS CLÉS ?

Peu habitué à sortir la tête du guidon, vous ne vous êtes pas vraiment rendu compte que le monde avait changé. Trop préoccupé par le fait de garder la tête hors de l'eau, de gérer tout à la fois et de pouvoir payer vos salariés à la fin du mois, vous agissez de manière mécanique, sans plus faire preuve d'ouverture d'esprit, d'ouverture sur les potentialités du marché. Pourtant, tout n'est pas perdu ! Vous avez un savoir-faire alors faites-le savoir ! Un site Internet à jour peut être un premier pas pour vous faire connaître et attirer une nouvelle clientèle. Les labellisations sont aussi une bonne façon de se démarquer de la concurrence. Participer à des salons ou des foires expo locales ou spécialisées également. Arrêtez de vous contenter du peu et soyez fiers de ce que vous faites et de ce que vous pouvez mettre en avant. Ne loupez pas le coche, rendez-vous un peu plus visible et prenez du recul sur votre activité quotidienne ! La Chambre de Métiers et de l'Artisanat peut vous aider à réaliser les premières démarches en ce sens ou vous proposer des formations susceptibles de vous intéresser. Contactez-les sans plus attendre !

GROUPAMA M'INDEMNISE EN CAS D'ACCIDENT PROFESSIONNEL GRAVE



JUSQU'À 2 MILLIONS D'€

Vous exercez un métier qui comporte des risques. La Garantie des Accidents de la Vie vous couvre pour tout accident grave dans votre vie de tous les jours et également dans le cadre de votre activité professionnelle. N'hésitez pas à en parler à votre conseiller Groupama.

Garantie des Accidents de la Vie
à retrouver sur groupama-pro.fr

Groupama
Toujours là pour moi.

En cas de souscription de l'option "Accidents de la vie professionnelle".
Pour les conditions et les limites de cette garantie se reporter au contrat disponible en agence.

Caisse régionale d'Assurances Mutuelles Agricoles - Entreprise régie par le Code des Assurances. Document et visuels non contractuels. Crédit photo : Getty Images - Being - Septembre 2014.

SANTÉ COLLECTIVE

La protection de vos salariés : parlons-en maintenant !

OBLIGATOIRE DÈS 2016

Parce que la mise en place d'une complémentaire santé collective dans votre entreprise demande un temps de réflexion (choix des garanties, échanges avec vos salariés...)

Prenez dès maintenant rendez-vous

N° Vert 30 15

APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE

du lundi au vendredi de 8h30 à 20h et le samedi de 8h30 à 17h

MAAF PRO

La complémentaire santé collective à adhésion obligatoire destinée aux salariés est le contrat Les Façonnables Salariés coassuré par MAAF Santé (Mutuelle soumise aux dispositions du Livre II du Code de la Mutualité - SIREN 331 542 142 - Code APE 6512 Z - Siège social : Chaban - 79180 Chauray.

Adresse : Chauray - 79036 NIORT Cedex 09 - maaf.fr) et APGIS (Institution de Prévoyance agréée par le Ministère chargé de la Sécurité sociale sous le N°930, régie par l'article L 931-1 du Code de la Sécurité sociale - Siège Social : 12, rue Massue - 94684 Vincennes cedex), et distribué par MAAF Assurances SA.

MAAF ASSURANCES S.A. - R.C.S. NIORT 542 073 580 - 04/2015 – Crédit photos : Shutterstock